（1）CS（視聴者満足）向上の取り組み

2005年度より，NHKでは本部および全国の放送局で「CS（視聴者満足）向上活動」に取り組んでいる。この活動は，視聴者の要望や意見をきちんと受け止め，それをもとにして，各現場が主体的に放送番組や業務の改革・改善を進め，視聴者サービスのより一層の向上を図ることが目的である。

「CS向上委員会」は会長を委員長とし，すべての部局にCS向上委員会を設けて，全局的な活動を推進している。「視聴者の声」を“経営資源”として，意向を的確に把握し，適切かつ迅速に業務に反映することに取り組んでいる。視聴者から届いた主な意見・意向や，各部局・放送局が実施した「改善」や「業務改革」の取り組みについては，視聴者事業局サービス開発部が，毎月1回とりまとめて，「放送局のちから」活動報告として理事会に報告している。

11年度，本部および全国各放送局の「改善」の取り組み件数は906件。番組や編成，事業運営における具体的な「改善」事例は，代表的なものをNHKの公開ホームページ「みなさまの声にお応えします」（http://www.nhk.or.jp/css/）や年1回・視聴者事業局が発行する「NHK視聴者ふれあい報告書2012」などで，視聴者に向けて報告した。

（2）事業活動

公共放送NHKだからこそできる多彩な公開番組やイベントを全国各地で展開し，視聴者との結び付きの強化を図った。また，イベント参加者へのアンケートでは，イベントの満足度は全国平均で80％を超える高位の数値を得るとともに，アンケートの結果を踏まえ新たなイベントの企画に生かすPDCAサイクルを推進した。

『大河ドラマ』や『NHKスペシャル』と連動して「江展」「写楽展」などのNHKならではの展覧会を開催したり，「古代ギリシャ展」「北京故宮展」などでは海外の貴重な美術作品を広く紹介した。また，世界一流のオーケストラと指揮者を招聘（しょうへい）し「NHK音楽祭2011」を開催するなど，国内外の優れた芸術や文化を紹介する事業に努め，“ホンモノの魅力”に触れる機会を積極的に創出した。

「防災」「環境」「福祉」「食料」などの社会的な課題を視聴者に訴えるキャンペーンを全局的な取り組みで推進したほか，未来を担う若い世代を対象としたイベントサービスや若い世代とともに創るイベントを積極的に推進した。

こうした活動を通して，1,450万人を超える視聴者との交流を深めた。

（3）積極的な情報公開の推進と個人情報の適切な取り扱い

視聴者への説明責任を果たすために，積極的な情報公開に努めた。10年度決算ではテレビ5波を10ジャンルに分け，各ジャンル別の番組制作費の総額（トータルコスト）を公表し，12年度予算発表時には10ジャンルの編成比率と番組制作費の総額を公表した。また，放送事業全体についての視聴者からの疑問に答えるため，「よくある質問集」をホームページ上に掲げ情報提供を行うとともに，随時内容の充実を図っている。そのほか，事業や財務に関して，48の文書を各放送局の窓口等に備え置き，ホームページ上にも掲載している。（表1）

また，個人情報保護法の趣旨を踏まえ，NHKとして，保有する視聴者の個人情報の適切な取り扱いに努めた。

（4）広報活動

3か年経営計画の最終年にあたり，接触者率と受信料支払率の向上という2つの経営目標を達成するための取り組みをはじめ，NHKに関するさまざまな情報を発信し，多彩な広報活動を展開した。

『大河ドラマ』や『連続テレビ小説』，『紅白歌合戦』をはじめとする放送番組のPRに全力を尽くし，NHKの番組に対する視聴者の高い支持・評価につなげることができた。

（5）営業活動

11年度の営業活動は，単身世帯等の面接困難世帯の増加等や，経済状況の低迷，さらには，東日本大震災やアナログ放送終了による影響など引き続き厳しい状況にある中，放送受信契約の維持・増加と受信料の確実な収納に全力で取り組んだ。

11年度は訪問集金廃止後の新たな体制のさらなる強化を図り，契約・未収対策等にさらに重点的に取り組むとともに，外部委託の強化・促進，公的移転情報を活用した移動把握などにより，より効率的・効果的な契約収納活動を展開した。

また，受信料未払い者に対し最後の方法として，民事手続きによる支払督促の申立てを全国で830件実施し，11年度末までの累計で2,421件の申立てを行った。その後も支払いに応じなかった11件について強制執行の申立てを行い，11年度末までの累計で40件の申立てとなった。未契約者に対す

る民事手続きについて，世帯に対しては初めてとなる民事訴訟を５件提起した。

契約総数は，年度内に35.4万件（有料）増加し，11年度末の有料契約と無料契約を合わせた契約総数は4,027万件となった。

衛星契約については，設置確認メッセージの活用や契約案内メッセージの全国展開，ケーブルテレビ事業者と連携した活動の展開等により，年度内に78.9万件（有料）増加し，11年度末の有料契約と無料契約を合わせた衛星契約数は，1,650万件となった。

口座振替等については，年度内に62万件増加し，11年度末の利用件数は3,589万件となり，利用率は，95.3％となった。

表１　公表の取り組み

公表している情報	公表方法			
	文書の備え置き	インターネットホームページ	放送	官報・新聞等への掲載
経営委員会議事録	○	○		
理事会議事録	○	○		
平成24～26年度NHK経営計画	○	○		
平成21～23年度NHK経営計画	○	○		
番組審議会の議事概要・答申（中央・地方・国際）	○	○	○	
番組基準（国内・国際）	○	○	○	
業務報告書および監査委員会の意見書	○	○	○ニュース等	
財務諸表，監査委員会の意見書，監査報告書	○	○	○ニュース等	○
決算の要約，概要		○		
連結財務諸表，監査報告書	○	○		
連結決算の要約，概要		○		
日本放送協会定款	○	○		
収支予算，事業計画及び資金計画	○	○	○ニュース等	○
収支予算，事業計画及び資金計画に関する説明資料	○	○		
経理規程	○	○		
役職員の服務準則	○	○		
役職員の報酬・給与等の支給基準	○	○		
国会でのNHK予算審議のもよう			○特別番組	
NHK放送ガイドライン2011	○	○		
放送番組編集の基本計画・放送番組編成計画（国内・国際）	○	○編成計画は概要	○新年度番組紹介	
各地方向け地域放送番組編集計画	○	○		
インターネットサービス基本計画	○	○		
NHKの情報公開のあり方に関する提言	○	○		
NHK情報公開基準・NHK情報公開規程	○	○		
NHK個人情報保護方針・NHK個人情報保護規程	○	○		
報道・著述・学術研究分野に係る個人情報保護規程	○	○		
NHK情報公開・個人情報保護審議委員会規程	○	○		
NHK情報公開・個人情報保護対応マニュアル	○	○		
情報公開の実施状況・個人情報開示等の求めへの対応状況		○		
放送受信規約・放送受信料免除基準	○	○		○
業務委託基準・業務委託契約要領	○	○		
番組制作の委託取引に関する自主基準	○	○		
関連団体運営基準	○	○		
関連団体の業務運営状況調査の結果	○	○		
関連団体事業活動審査委員会の活動結果	○	○		
NHKと関連団体との取引	○	○		

公表している情報	公表方法			
	文書の備え置き	インターネットホームページ	放送	官報・新聞等への掲載
関連団体事業活動審査委員会規程	○	○		
子会社・関連会社の役員一覧	○	○		
環境報告書	○	○		
NHKことしの仕事	○	○日本語・英語		
デジタル時代のNHK懇談会報告書	○	○		
NHK“約束”評価報告書	○	○		
視聴者視点によるNHK評価報告書	○	○		
NHK第２次コンプライアンス委員会最終答申	○	○		
NHK視聴者ふれあい報告書	○	○		
視聴者対応報告		○		
視聴者の意見・要望の業務への反映事例		○		
お客さまの声・週刊トピックス		○		
NHKふれあいミーティング		○		
「NHK倫理・行動憲章」「行動指針」	○	○		
日本放送協会報	○			
放送番組表		○		
放送制度等に関するNHK意見		○		
世論調査結果，調査研究成果		○概要	○ニュース等	
会長・放送総局長会見要旨・資料		○		
報道発表資料		○		
随意契約の適正化		○		
NHK年鑑	○	○		
放送受信契約数統計要覧	○			
月刊「放送研究と調査」	○			
放送技術研究所「研究年報」	○	○		
隔月刊「NHK技研R＆D」	○			

視聴者との対話

１．視聴者との結びつき強化

（１）CS（視聴者満足）向上に向けた取り組み

11年度，全国のNHKに寄せられた視聴者からの意見や問い合わせは，合わせて453万件だった。10年度に比べておよそ５万件減少した。このうち番組への反響は，全国で139万件を超えた。

「すべては視聴者のみなさまのために」を貫き経営方針の組織風土改革を成し遂げるために，視聴者からの問い合わせに迅速・丁寧に答えるとともに，意見・要望を経営資源としてきちんと受け止め，番組制作や事業活動に反映していかなければならない。

視聴者から信頼され，役に立てるNHKであり続けるためには，多様な要望に迅速に応え，満足してもらうことが重要であり，この活動の繰り返しが“CS（視聴者満足）向上”に向けての取り組みである。

（２）ふれあいセンター（放送）の取り組み

ふれあいセンター（放送）では，関係各部局と連携して，迅速，丁寧な対応を目指している。寄せられた視聴者の意見，要望はデータベース化し，経営や現場に速やかにフィードバックして番組編成や制作，業務運営に役立てている。

11年度にふれあいセンターで受け付けた視聴者からの意見・要望は，電話が86万4,178件，メールが15万143件で合計101万4,321件であった。

ふれあいセンターでは，コミュニケーター等による応対品質やスキルの向上を目指し，さまざまな研修を実施しているが，11年度は，外部専門業者の協力のもと，実際の応対をモニタリングし，指導・助言を含めてフィードバックする個別研修に加え，『大河ドラマ』や『あさイチ』のプロデ

ューサーから直接話を聞くことで，より丁寧な応対ができるような職場研修を実施した。

２．視聴者意向の収集と活用

（１）「NHKふれあいミーティング」の開催

NHKの役職員と視聴者が直接触れ合い，NHKを身近に感じてもらいながら意見交換を行う「ふれあいミーティング」は05年にスタートした。全国各地で実施する公開番組収録の会場や番組の上映会，イベントの実施会場，会館見学と連動するなど，あらゆる機会を捉えてさまざまな形式で開催した。「ふれあいミーティング」は，視聴者との結び付き強化の中心的施策として，本部および全国各放送局で取り組み，11年度は，1,229回開催し，参加人数は，３万9,663人となった。

05年のスタート以来，11年度３月末までの累計では，全国で通算１万2,629回を開催，参加人数は33万6,085人となった。11年度は，視聴者とつながる回路の１つとして，経営２目標（「接触者率の向上」，「受信料の支払率向上」）の達成に向けた意見・要望を聞く“ふれあいミーティング”を実施した。中でも，経営２目標の達成に資する声を聞くことをねらいにした“提案型ふれあいミーティング”は，参加者の年代が若年層に広がり，これまであまり聞けなかった世代の声が集まった。その提案型ふれあいミーティングは，全国で44回開催，6,879人が参加した。

（２）「NHKハートプラザ」の活動

本部・全国各放送局・支局には，視聴者に開かれたNHKを目指して，番組や受信料などNHKに関する意見や問い合わせに直接担当者が対応する窓口として「NHKハートプラザ」を設置し，その機能強化を図っている。また，「ハートプラザ」は，経営計画や予算・決算書などを取りそろえ，NHKの情報公開の窓口としても機能している。11年度は，各放送局を巡回するハートプラザ用のミニ展示「ダーウィンが来た！」や「ななみちゃんと挑戦！地デジ探検隊」「巡回パネル展」などを活用し，全国の放送局のハートプラザ来場者は，合わせて253万5,400人を数えた。会場には，幼い子どもを連れた家族が目立ち，若い世代との結び付きにつながっている。本部の「ハートプラザ」（放送センター４階・正面玄関横）は，６人のNHKサービスセンター職員・スタッフが，来局者や手紙（投書）およびFAXの意向把握・集約，情報公開窓口を担当している。１日平均で，41人が窓口を訪れ，手紙（投書）が53通，FAXが49件寄せられている。また，グループ単位による事前申し込みを原則に，中学生・高校生による“企業訪問学習”を積極的に受け入れている。視聴者がNHKを訪れて直接ふれあう接点として，気軽に足を運ぶことができる場となっている。

（３）11年度視聴者意向

①意向の件数と内容

電話，メール，手紙，FAX，来局，ふれあいミーティングなどで，全国の放送局に寄せられた11年度の意向件数は453万件になった。

11年度視聴者意向件数（単位　千件）

（※関連団体への意向件数は含まず）

※内容別内訳

区分	経営関係	放送関係	受信料関係	技術関係・受信相談	その他	合計
件数	5	1,555	2,319	243	406	4,528
%	0.1%	34%	51%	5.4%	9%	100%

※受付方法別内訳

区分	電話	投書	来局	ファックス	インターネット	募金時等	ふれあいミーティング	合計
件数	3,843	121	62	22	410	63	6	4,527
%	85%	2.7%	1.4%	0.1%	9.1%	1.4%	0.1%	100%

番組別では，『あさイチ』が６万400件で最も多く，次いで『ためしてガッテン』に５万6,900件，『NHKニュース　おはよう日本』に３万3,100件，『第62回紅白歌合戦』に３万2,300件，『NHKスペシャル』に３万1,500件の意見・問い合わせが寄せられた。

②意向の集約・周知

視聴者部では，ふれあいセンター（放送）や全国の各放送局に寄せられた意見・問い合わせなどを集約して，概要のほか，主な番組への意見，受付形態別の件数などを掲載し１日の視聴者の声の傾向をまとめた「日報」を発行している。

また，１週間ごとの傾向をまとめた「週刊視聴者の声」では，反響が多かった番組への主な意見内容，再放送を希望する理由の分類などを掲載し，番組編成に役立てているほか，個別番組について詳細な分析を行い番組制作の参考に供している。１か月ごとの傾向をまとめた「月刊視聴者の声」は，番組審議会の資料としても利用されている。「日報」「週刊視聴者の声」「月刊視聴者の声」は「VOISシステム」に登録し，全職員が閲覧できるようにしている。

また，08年度４月の放送法改正で，視聴者からの苦情その他の意見に適切かつ迅速に対応し，その対応結果を経営委員会に報告することが義務づけられたことに伴い，ふれあいセンターや本部各

部局，全国の放送局に寄せられた意見・苦情などをとりまとめて，毎月，「視聴者対応報告」を作成，理事会で審議決定し経営委員会に報告した。「視聴者対応報告」は，ホームページに掲載し視聴者も閲覧できるようにした。

③寄せられた視聴者の意見と業務への反映

視聴者から寄せられた意見・要望や，業務の改善事例などをまとめた「みなさまの声にお応えして～NHK視聴者ふれあい報告書2011」を，全国の放送局の協力を得て作成し，６月に発行した。「NHKオンライン」上でも公開した。

３．NHKネットクラブ

NHKネットクラブは，インターネット会員サービスとして「視聴者との双方向の回路の充実」「受信料支払者の満足度の向上」「インターネット自主申出の拡大による営業経費の圧縮」を目的に，09年10月27日にスタートした。

11年度は，番組との連携を拡大するとともに，データ放送と連動して『大河ドラマ～平清盛』や駅伝中継でスタンプラリーを開始した。また，美術展の特別鑑賞会の開催やドラマ収録の舞台裏見学ツアー，海外ドラマの公開記者会見に招待するなど会員サービスの充実に努めたほか，年間で約71万人の会員増があり，年度末の会員数は約178万人となった。

イベント事業

Ⅰ．公開番組

（１）地域で実施する全国放送公開番組

11年度は，606本の公開番組を全国各地で実施。総合テレビ81本，Eテレ50本，衛星放送40本，ラジオ・FM435本の公開番組を地方自治体などの協力を得ながら実施。東日本大震災の影響による中止･変更が生じた一方，『震災から１年“明日へ”コンサート』など被災地を支援する特集番組を実施。

また，NHK大阪ホールで36本，地域放送局スタジオなどで79本の公開番組を実施したほか，『歌謡チャリティーコンサート』（２本）などを有料で実施。

（２）NHK内，都内外部施設で実施する公開番組

NHKホール，ふれあいホールなどのNHK施設，ニッショーホールなどの都内外部施設で公開番組を実施。

【定時番組】

NHKホールで公開した定時テレビ番組は，『NHK歌謡コンサート』（37本）10万2,339人，『MUSIC JAPAN』（19本）２万1,120人，『ザ少年倶楽部』（22本）３万1,711人。

ふれあいホールで公開した定時テレビ番組は，『金曜バラエティー』（37本）5,907人，『オンバト＋』（19本）3,940人，『みんなDEどーも！』（24本）5,198人。定時ラジオ・FM番組は『新・話の泉スペシャル』（３本）740人，『セッション2011』（29本）6,862人，『ライブビート』（10本）1,850人。

【主な特集番組】

『NHK東西浪曲大会』
７月22日　ニッショーホール　574人。
『NHK講談大会』
７月23日　ニッショーホール　581人。
『ふるさと民謡夏列島2011』
７月24日　ふれあいホール　208人。
『歌うコンシェルジュ』
８月６日　ふれあいホール　216人。
『思い出のメロディー』
８月13日　NHK大阪ホール　975人。
『名医にQスペシャル2011』
10月12日　ふれあいホール　221人。
『世界から日本へ・音楽のメッセージハイビジョンスクリーンコンサート』
10月22日　ふれあいホール　158人。
『J-MELO　秋フェス2011』
11月３日　ふれあいホール　292人。
『ザ少年倶楽部プレミアム　クリスマススペシャル』
11月29日　東京グローブ座　531人。
『新春民謡列島2011』
12月25日　ふれあいホール　240人。
『NHK紅白歌合戦』
12月31日　NHKホール　2,680人。
『大集合！J-POP永遠の80's』
１月19日　NHKホール　2,879人。
『特集 J-MELO』
２月15日　ふれあいホール　195人。
『家族で選ぶにっぽんの歌』
３月１日　NHKホール　2,730人。
『NHKのど自慢チャンピオン大会2012』
３月３日　NHKホール　3,004人。
『第40回・41回日本農業賞表彰式　大地の恵み音楽祭～日本農業賞記念コンサート～』

３月10日　NHKホール　2,567人。

Ⅱ．公共放送ならではのイベント・キャンペーン

１．NHKハートプロジェクト

すべての人がともに生きる社会を目指し，NHKの福祉番組やイベントを取りまとめた福祉キャンペーン「NHKハートプロジェクト」を05年度から展開し，公共放送だからこそ可能な福祉への取り組みを総合的にアピールしている。

（１）NHK歳末たすけあい・NHK海外たすけあい

12月１日から25日まで中央共同募金会（歳末たすけあい），日本赤十字社（海外たすけあい），NHK厚生文化事業団とともに実施した。受付は，全国のNHK各放送局，郵便局，取り扱い標示のある金融機関，JA，JF（漁協），共同募金会，日本赤十字社など。

歳末たすけあいは，５万3,103件，７億1,502万2,436円で，各都道府県共同募金会を通じて国内の福祉施設や支援を必要とする人々に配分される。海外たすけあいは，６万5,315件，５億3,384万2,280円で，日本赤十字社を通じて世界各地の紛争や自然災害などに苦しむ人々のために使われる。また，たすけあいのPRイベントとして，11月26日（土）・27日（日）に東京のベルサール秋葉原で「あなたのやさしさを2011」を実施した。入場者２万9,000人。

（２）災害たすけあい

国内外で発生した非常災害に応じて日本赤十字社などと連携し４件の災害たすけあいを実施した。

①「東日本大震災義援金」（11年３月14日～13年３月31日までの予定）②「奈良県台風12号災害義援金」（11年９月９日～10月31日）③「和歌山県平成23年台風12号災害義援金」（11年９月９日～12年３月30日）④「台風12号三重県災害義援金」（11年９月12日～11月30日）を実施した。

（３）第16回NHKハート展

障害のある人が日常の生活の中で感じたことをつづった「詩」と，各界で活躍中のアーティスト・著名人がその詩のイメージを，ハートをモチーフに表現した「アート」を組み合わせた展覧会で，94年から開催している。第16回は5,459編の詩の応募があった。展覧会は全国10会場で実施。入場者数は５万3,790人。

（４）NHKハートフォーラム

福祉番組の公開放送やさまざまなテーマのフォーラムを以下の９つのジャンルに分けて全国で57回実施した。総入場者数89万9,690人。

主催：開催地のNHK放送局，NHK厚生文化事業団，開催地の自治体ほか。

①「NHK福祉ネットワーク・公開すこやか長寿」
（Eテレの公開番組）
10回実施　入場者数4,097人

②「鎌田實　いのちの対話」
（ラジオ第１の公開番組）
４回実施　入場者数3,056人

③「高齢者福祉」
１回実施　入場者数313人

④「認知症」
17回実施　入場者数１万1,358人

⑤「うつ病・躁うつ病」
６回実施　入場者数4,098人

⑥「ボランティア」
２回実施　入場者数490人

⑦「障害福祉」
３回実施　入場者数1,102人

⑧「発達障害」
10回実施　入場者数3,254人

⑨「新しい福祉」
４回実施　入場者数87万1,922人

（５）NHKハートスポーツフェスタ

障害のある人もない人もスポーツを通して交流を深めることで，心のバリアフリーを目指し，01年から実施している。

11年は岡山県と東京都の２か所で，ドッジビーなどの競技を実施し，1,978人の参加があった。

主催：NHK，NHK厚生文化事業団

共催：財団法人日本障害者スポーツ協会

（６）NHK介護百人一首

毎年，介護に関わる人々が日々の生活の中で詠んだ短歌を全国から公募し，「NHK介護百人一首」として100首を選定している。11年度は過去最高となる9,730首もの短歌が幅広い世代から寄せられた。

・Eテレの『福祉ネットワーク』で「介護百人一首」の公開収録をNHKふれあいホールで実施。163人が参加。

・100首の短歌を収めた作品集を発行

・介護百人一首パネル展を各局ロビー等，17会場で開催

（７）第46回NHK障害福祉賞

障害のある人自身の体験記録や障害児・者の教

育･福祉の実践記録を募集し優秀作品を表彰した。11年度は383編の応募があった。

（８）NHK銀の雫文芸賞2011

「高齢社会をどう生きるか」をテーマにした文芸作品を募集し優秀作品を表彰した。08年度からNHKが主催に加わりNHK厚生文化事業団とともに実施。応募数は716編。

（９）第45回NHK福祉大相撲

人気力士と歌手の歌くらべや横綱綱締め実演，幕内取組などを楽しんでもらうイベントを12年２月11日に国技館で実施。入場者数4,285人。純益で福祉車両「福祉相撲号」を購入し，東日本大震災で特に被害の大きかった岩手県・宮城県・福島県の福祉施設・団体に計８台を贈呈した。11年度までの贈呈台数は延べ273台となった。

２．公共放送キャンペーン

（１）NHK防災キャンペーン

公共放送の使命として，“いざという時のNHK”という意識の浸透を図るとともに，視聴者の防災意識を高めるため，07年度からスタートしたキャンペーン。特に11年度は，東日本大震災後，視聴者の防災に対する関心が高まる中，イベントを通して，地域の特性や課題に即した防災・減災について考える機会とした。

①防災パーク2011

９月１日の「防災の日」に合わせて，11年８月27～28日NHK放送センターで開催。東日本大震災におけるNHKの報道の記録や，被災地の3D映像の上映，消防・警察の特殊車両の展示や乗車体験，防災をテーマにした各種体験（ワークショップ）などを実施した。来場者数は9,199人。

②地域イベント

東日本大震災で改めて浮き彫りになった，地域の課題を踏まえたテーマを取り入れ，防災・減災に関するイベントを実施した。全国８会場で開催し，１万9,081人の参加があった。

（２）NHK環境キャンペーン　地球エコイベント

人類共通の課題ともいえる環境をテーマに「NHK環境キャンペーン　地球エコイベント」を全国で展開。

①NHKエコ・パーク2011

11年６月４～５日にNHK放送センターで開催し，１万6,259人の参加があった。東日本大震災を通して社会的問題となった，「節電」や「エコライフ」をテーマとし，プラネタリウムや電気自動車の展示，新しい発電方法，大学生やNPO団体によるワークショップやブース展開，ステージショー等を開催。

②地域イベント

エネルギー問題や環境保全など，地域特有の課題に即したイベントを全国40会場で開催し，28万3,742人の参加があった。

（３）ふるさとの食　にっぽんの食

01年度より「日本の食文化の伝承」「地産地消」「食育」をテーマに全国で展開しているキャンペーン「ふるさとの食　にっぽんの食」。JAやJF（漁協）などと実行委員会を組織し，全国的に推進している。

①全国フェスティバル

12年３月10～11日にNHK放送センターと代々木公園で開催し，２万7,960人の参加があった。

②地域イベント

全国48会場で開催し，75万4,060人の参加があった。

③こども農業・漁業体験教室

全国で36校，4,292人が参加した。全国の各放送局が放送やホームページ，イベントなどで活動を紹介した。

④ぼくたちわたしたち農業・漁業体験隊！「絵てがみコンテスト」

「こども農業・漁業体験教室」参加者を中心に農漁業体験の絵てがみを募集し，優秀作品を表彰。応募作品1,896点。

⑤食料フォーラム

東京都（９月），広島県（２月）の２会場で開催。1,126人の参加があった。

Ⅲ．こども・青少年イベント

（１）「大！天才てれびくん」公開収録

11年度より「天才てれびくんMAX」から「大！天才てれびくん」にリニューアルした番組の公開イベントを１月９日に神奈川芸術劇場で実施。

入場者：２回公演　1,659人

（２）「NHKこどもミュージカル」

NHKホールとNHK大阪ホールで，小学生とその保護者を対象にミュージカル公演を実施した。出演は劇団四季“こころの劇場”，演目は東京公演が「雪ん子」，大阪公演が「ユタと不思議な仲間たち」。（企画・演出：浅利慶太）

入場者：東京：７月31日　２回公演　5,194人
　　大阪：11月23日　１回公演　1,204人

（３）おかあさんといっしょファミリーコンサート

①東京公演

春：５月１～４日，秋：11月３～６日，NHKホールで実施。チャリティー金は社会福祉向上に役立てたほか，東日本大震災への義援金に拠出した。

主催：NHK，NHKサービスセンター，NHKプロモーション，NHK厚生文化事業団

出演：横山だいすけ，三谷たくみ，小林よしひさ，いとうまゆ　ほか。

入場者：（春・８公演）２万5,525人
（秋・８公演）２万5,735人

②地方公演

全国10会場（26公演）で実施（東日本大震災の影響により１会場２公演を中止）。チャリティー金は社会福祉向上に役立てたほか，東日本大震災の義援金に拠出した。

入場者：４万2,135人

（４）いないいないばあっ！あつまれ！ワンワンわんだーらんど

『いないいないばあっ！』の人気キャラクター・ワンワンと多彩なゲストが歌や踊りを繰り広げる番組連動型のステージショーを，全国10会場（20公演）で実施。チャリティー金は社会福祉向上に役立てたほか，東日本大震災の義援金に拠出した。

入場者：２万6,088人

（５）おかあさんといっしょ宅配便「モノランモノラン小劇場」「ポコポッテイト小劇場」

『おかあさんといっしょ』のキャラクターが全国を巡回するミニステージショーを57会場114公演で実施（東日本大震災の影響により３会場６公演を中止）。11年度からのキャラクター人形劇の変更に伴い，上半期を「モノランモノラン小劇場」，下半期を「ポコポッテイト小劇場」で実施。

入場者：５万4,692人

（６）「おかあさんといっしょ　あつまれ！土曜日」スタジオ収録

『おかあさんといっしょ』の土曜日放送分のなかで，子どもが参加する部分の収録を実施。全国の子どもたちに番組出演の機会を提供し，視聴者サービスの充実を図った。８局（一部，外部施設を利用）で収録し，24本を制作。

参加者：572組1,147人（幼児とその保護者）

出演：小林よしひさ，いとうまゆ

（７）NHK放送体験クラブ

小学校５・６年生を対象に全国各放送局で番組づくりの体験を通し，楽しみながら放送のことを学習するイベントとして実施。全国54放送局と６支局で実施。参加した児童の様子や制作した作品は地域放送で紹介し視聴者サービスに努めた。

参加校：911校

参加者数：５万65人（通算で69万人）

（８）「第78回NHK全国学校音楽コンクール」

都府県（北海道は地区）ブロックの各コンクールを経て選ばれた小学校・中学校・高等学校の代表各11校（組）が，10月８～10日にNHKホールで行った全国コンクールに出場した。課題曲のテーマは「仲間」。金賞校：星美学園小学校（３年ぶり２回目），郡山市立郡山第二中学校（４年連続４回目），宮崎学園高等学校（３年ぶり５回目）。

全参加校数：小学校の部909校，中学校の部1,233校，高等学校の部454校，計2,596校。

（９）第28回NHK杯全国中学校放送コンテスト

各都府県（北海道は地区）大会は５～７月に実施，全国大会決勝は８月19日，千代田放送会館で実施した。部門は，アナウンス・朗読・ラジオ番組・テレビ番組の４部門。参加校は全国で626校。各部門の参加数はアナウンス918人，朗読1,463人，ラジオ番組130作品，テレビ番組104作品。

（10）第58回NHK杯全国高校放送コンテスト

５～６月に各都道府県大会，７月９～10日にNHK放送センター，27～28日にNHKホールなどで全国大会を実施した。部門は，アナウンス･朗読･ラジオドキュメント・テレビドキュメント・創作ラジオドラマ・創作テレビドラマの６部門。参加校は全国で1,613校。参加生徒数は延べ１万5,888人。

（11）アイデア対決・全国高等専門学校ロボットコンテスト2011

全国の高等専門学校57校（62キャンパス）から124チームが参加，競技課題に従い，自らのアイデアを駆使して想像力と技術力を競った。８地区からの選抜25チームが11月20日の全国大会（会場：国技館）に出場。地区大会からの延べ参加者数は１万3,767人。

（12）NHK大学ロボコン2011 ～ABUアジア・太平洋ロボコン代表選考会～

事前審査を通過した国内21大学のチームが６月12日の大会（会場：国立オリンピック記念青少年総合センター）に出場。参加者数は1,268人。優勝したチームが８月28日にタイ・バンコクで開催されたABUアジア・太平洋ロボットコンテストに出場した。

（13）NHK@秋葉原～NHKアニメ館2011

サブカルチャーやアニメの聖地として若者が集まる秋葉原のベルサール秋葉原で，NHKのアニメをPRするイベントを11月26～27日開催。NHK歳末・海外たすけあいを紹介する「あなたのやさしさを2011」と連動して実施。若い世代との接触を図った。参加者数：２万9,000人

（14）渋谷DEどーも2011～Smile！forキッズ，forニッポン～

「こどもに笑顔を！」「被災地にエールを！」をコンセプトに，ファミリー層をメインターゲットとした内容のイベントを５月３～５日に放送センター内で展開。参加者数：５万6,409人

Ⅳ．教育・教養イベント

（１）NHK文化祭2011

10月15日～11月６日，NHK放送センターを中心として開催。教育番組の国際コンクール「日本賞」を核に，「食料・東京フェスティバル」とも連動。公開イベント「NHK文化祭たいけん広場」（11月３～６日）では，「あつまれ！みんなの元気」をテーマに，Eテレ番組のステージイベントや，放送を「体感」できる参加型展示等を実施。公開イベント総入場者数は７万689人。

（２）放送教育関連イベント

①第62回放送教育研究会全国大会（東京大会）

NHKの学校放送番組やデジタル教材を活用した実践事例の発表や研究協議により，デジタル時代にふさわしい放送利用のあり方を紹介した。今回は節電の影響により当初２日間の予定を１日に縮小して開催。視聴覚教育総合全国大会は仙台市で11月に開催されたため，放送単独の大会となった。

期日：８月３日

会場：東京都　国立オリンピック記念青少年総合センター

参加者数：638人

②放送教育研究会地方大会

各地方放送教育研究会などと共催し，全国８ブロックで地方大会を開催した。

参加者数：総計 2,501人（表１）

③先生のためのデジタルテレビ・ICT活用講座

学校放送番組やデジタル教材の活用を支援するために全国10会場で開催。実践教師による「モデル授業」と，メディア教育研究者の指導による実践交流で構成した内容。

参加者数：427人

（３）平成23年度「NHK全国短歌・俳句大会」

１月21日（短歌），22日（俳句），NHKホールで実施。NHK学園共催。

応募数：短歌４万1,061首，俳句８万2,839句。

ホール参加者数：短歌1,560人。俳句2,167人。

（４）NHK公開セミナー

『大河ドラマ』「江」「平清盛」，『スペシャルドラマ～坂の上の雲』，『きれいの魔法』を題材に，NHK文化センター，地方自治体等と共催，全国18会場で実施した。

参加者数：5,585人

（５）子育て世代向けイベント「Let's tryプレキソ英語in○○」

30～40代の子育て世代の接触者率の向上を目指し，小学生とその保護者が親子で楽しめるイベントを東京とさいたま市で開催。Eテレ『プレキソ英語』の番組キャラクターCowdoji（カウドージ）による，英語を通したコミュニケーションを体験していただく内容で実施。

出演：Cowdoji（カウドージ・茂山童司）

参加者数：390人

（６）学校へ出向き実施するイベント

小・中学生を対象とし，学校へ出向いてNHKとの接触の機会を作り，NHKへの理解を深めてもらう。

①NHKこども音楽クラブ～N響が○○小学校（中学校）にやってきた～

NHK交響楽団のメンバーが小・中学校に出向いて児童・生徒との交流を交えながらトークと演奏を行う子ども向けのクラシックイベント。11年度は全国の小・中学校８校で開催。クラシックの名曲をはじめ映画音楽や童謡など，親しみやすい曲を演奏。参加者数：5,292人

②NHK朗読ひろばat○○小学校～アナウンサーが広げることばの世界～

NHKアナウンサーが小学校に出向く朗読イベント。アナウンサーが教科書や絵本から作品を朗読し，映像や音による演出を加えたステージを展開した。全国10会場で実施。参加者数：2,462人

（７）みんな集まれ！スクールLive Show for KIDS in○○

地域の特徴あるテーマを課題に小学生たちが学校対抗で取り組む番組『スクールLive Show for KIDS』の公開収録と，NHK for Schoolの体験ブースを連動させたイベント展開を全国８会場で実施。参加者数：3,770人

V. 美術・展博イベント

（１）「生誕100年　岡本太郎展」

岡本太郎の生誕100年を機に絵画，彫刻，写真，デザインなど約130点を紹介。

主催：東京国立近代美術館，川崎市岡本太郎美術館，NHK，NHKプロモーション。有料。東京国立近代美術館。会期:11年３月８日～５月８日。入場者数：16万4,109人。

（２）「大英博物館　古代ギリシャ展」

大英博物館のギリシャ・ローマコレクションから，日本初公開の傑作「円盤投げ」をはじめとする135点を展示。

主催：開催地美術博物館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社，朝日新聞社。有料。全国２会場（神戸，東京）。会期：11年３月12日～９月25日。入場者数：40万7,211人。

（３）生誕100年特別展「白洲正子　神と仏，自然への祈り」（東京展）

日本の伝統美を探求し，日本各地を巡った白洲正子が旅先で出会った神や仏，そして自然を著作と絡めて116件で展示。

主催：世田谷美術館，NHK，NHKプロモーション。有料。世田谷美術館。会期：11年３月19日～５月８日。入場者数：７万3,353人。

（４）「地球最古の恐竜展」

アルゼンチン・イスチグアラスト自然公園で発掘された，地球最古の恐竜「フレングエリサウルス」をはじめ，三畳紀の恐竜や古代の生物たちの全貌を約23種80件で日本初公開。

主催：開催地会場，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社　ほか。有料。全国４会場（東京，大阪，松山，札幌）。会期：10年７月10日～11年８月28日。入場者数：18万7,129人（松山，札幌）。

（５）特別展覧会「法然　生涯と美術」

平安時代の末期，専修念仏の教えを広めた法然の800回忌を機に国宝「法然上人絵伝」をはじめとする約90件を展示。

主催：京都国立博物館，NHK京都放送局，NHKプラネット近畿，京都新聞社。有料。会期:11年３月26日～５月８日。入場者数:９万2,931人。

（６）「マイセン陶磁器の300年」展

西洋磁器の発祥となったドイツ・マイセン磁器製作所の300年にわたる歴史の全容を，約160件で紹介。

主催：開催地NHK放送局，NHK地域関連会社，国立マイセン磁器美術館。有料。全国４会場（東京，松本，兵庫，大阪）。会期：11年１月８日～12年７月22日。入場者数：５万7,176人（松本，兵庫）。

（７）NHK大河ドラマ特別展「江～姫たちの戦国～」

江および江を取り巻く歴史上の人物の遺品や書簡，戦国動乱期を伝える歴史資料など約230件を展示。

主催：開催地美術博物館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社　ほか。有料。全国３会場（東京，福井，滋賀）。会期:11年１月２日～８月31日。入場者数：７万3,150人（福井，滋賀）。

（８）特別展「写楽」

東洲斎写楽が制作したと確認さている版画146図のうち140図を世界各地より集め同時代の他の浮世絵師の作品も加えた286点を展示。

主催：東京国立博物館，NHK，NHKプロモーション，東京新聞。有料。東京国立博物館。会期:11年５月１日～６月12日。入場者数:22万9,625人。

表１　2011年度「放送教育研究会地方大会」

ブロック	タイトル	日程	開催地	全体会会場	参加者数
北海道	第63回北海道放送教育研究大会札幌・石狩大会	10月28日(金)･29日(土)	北海道 札幌市	札幌サンプラザ	330
東北	第15回視聴覚教育総合全国大会 第53回放送教育研究会東北大会合同大会（宮城大会）	11月11日（金）	宮城県 仙台市	仙台市青年文化センター	490
関東甲信越	平成23年度関東甲信越放送・視聴覚教育研究大会 群馬大会	11月２日（水）	群馬県 伊勢崎市	伊勢崎市文化会館	490
東海・北陸	第49回東海北陸地方放送教育研究大会 第43回愛知県放送教育特別研究会	８月19日（金）	愛知県 名古屋市	ウィルあいち	270
近畿	第60回近畿放送教育研究大会 第61回近畿学校視聴覚教育研究大会（京都大会）	11月25日（金）	京都府 京都市	京都テルサ	340
中国	第49回中国地方放送教育研究大会　山口（岩国）大会	11月11日（金）	山口県 岩国市	周東パストラルホール	250
四国	平成23年度高知県放送・視聴覚教育研究大会	９月30日(金),11月10日(木), 11月25日(金)～26日(土)	高知県 いの町	※全体会なし	180
九州	第60回九州地方放送教育研究大会　宮崎大会	11月26日（土）	宮崎県 宮崎市	ホテルプラザ宮崎	245
					2,595

（９）「破天荒の浮世絵師－歌川国芳展」

江戸時代末期を代表する浮世絵師，歌川国芳の没後150年を機に約250点を紹介。

主催：開催地美術館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社。有料。全国３会場（東京，滋賀，福島）。会期：11年６月１日～12月25日。入場者数：６万7,868人。

（10）「モーリス・ドニ－いのちの輝き，子どものいる風景」

19世紀末から20世紀前半にかけて活躍したフランス象徴派を代表するモーリス・ドニを約100点で紹介。

主催：開催地美術館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社　ほか。有料。全国３会場（北九州，東京，山梨）。会期：11年６月25日～12年３月４日。入場者数：６万9,042人。

（11）「アルプスの画家　セガンティーニ　－光と山－」展

アルプスの画家として知られるセガンティーニの初期の作品から晩年までの約60点を展示。

主催：開催地美術館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社。有料。全国３会場（滋賀，静岡，東京）。会期：11年７月16日～12月27日。入場者数：８万9,813人。

（12）「空海と密教美術」展

空海が生きた平安時代前半に焦点を絞り，国宝・重文98件を含む99件を展示。

主催：東京国立博物館，NHK，NHKプロモーション，読売新聞社。有料。東京国立博物館。会期：11年７月20日～９月25日。入場者数：55万339人。

（13）「ヨコハマトリエンナーレ2011」

「OUR MAGIC HOUR－世界はどこまで知ることができるのか？－」をテーマに22の国や地域から77組のアーティストが参加し約300点を展示。

主催：横浜市，NHK，朝日新聞社，横浜トリエンナーレ組織委員会。有料。会期：11年８月６日～11月６日。入場者数：33万3,739人。

（14）「グェッリーノ・トラモンティ展」（東京展）

イタリア・ファエンツァ市出身の陶芸家・グェッリーノ・トラモンティを日本で初めて約150点で紹介。

主催：東京国立近代美術館，NHK，NHKプロモーション，ファエンツァ市，グェッリーノ・トラモンティ財団。有料。東京国立近代美術館。会期：11年９月１日～11月13日。入場者数：9,137人。

（15）「帰ってきた江戸絵画　ニューオリンズ　ギッター・コレクション展」

ギッター・イエレン財団が40年かけて収集した，禅画，文人画，浮世絵などの江戸絵画を中心とした日本美術約100点を展示。

主催：開催地美術館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社　ほか。有料。全国５会場（名古屋，千葉，静岡，京都，福島）。会期：10年９月11日～11年12月４日。入場者数：５万2,982人（京都，福島）。

（16）「犬塚勉展」

スーパーリアリズムともいえる精緻な描写で自然を写し取る絵画を追究した犬塚勉を約110点で紹介。

主催：開催地美術館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社。有料。全国４会場（東京，京都，長野，広島）。会期：11年９月７日～12年12月25日。入場者数：６万6,201人（東京，京都）。

（17）「柳宗悦展－暮らしへの眼差し－」

独自の審美眼により新しい美の概念と工芸理論を展開した柳宗悦を彼が収集した中から選りすぐりの約200点で紹介。

主催：開催地美術館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社，日本民藝館。有料。全国５会場（東京，横浜，大阪，鳥取，広島）。会期：11年９月15日～12年７月８日。入場者数：９万3,921人（東京，横浜，大阪）。

（18）特別展「細川家の至宝－珠玉の永青文庫コレクション－」

旧熊本藩主細川家に伝来する貴重な美術品や歴史資料と近代日本を代表するコレクター細川護立が収集した名品約350点を展示。

主催：開催地美術館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社　ほか。有料。全国３会場（東京，京都，福岡）。会期：10年４月20日～12年３月４日。入場者数：21万9,826人（京都，福岡）。

（19）特別展「法然と親鸞　ゆかりの名宝」

浄土宗を開いた法然の800回忌と浄土真宗を開いた親鸞の750回忌を機に宗派を超えて２人にゆかりの文化財189件を展示。

主催：東京国立博物館，NHK，NHKプロモーション，朝日新聞社。有料。東京国立博物館。会期：11年10月25日～12月４日。入場者数：21万2,150人。

（20）「上田宗箇　武将茶人の世界展」

武将茶人・作庭家として活躍した上田宗箇の生誕450年を機にゆかりの文化財や茶道具，歴史遺品219点を展示。

主催：開催地美術館，開催地NHK放送局，NHK地域関連会社　ほか。有料。全国２会場（東京，広島）。会期：11年12月30日～12年３月25日。入場者数：12万6,366人。

（21）特別展「北京故宮博物院200選」

日中国交正常化40周年を機に北京故宮博物院の名品約200件を紹介。

主催：東京国立博物館，NHK，NHKプロモーション，朝日新聞社。有料。東京国立博物館。会期：12年１月２日～２月19日。入場者数：25万8,252人。

（22）NHK大河ドラマ50年　特別展「平清盛」（東京展）

平清盛が厳島神社に奉納した国宝「平家納経」をはじめ平安末期の美術・工芸品約130件を展示。

主催：公益財団法人東京都歴史文化財団　東京都江戸東京博物館，NHK，NHKプロモーション。有料。江戸東京博物館。会期：12年１月２日～２月５日。入場者数：８万1,548人。

（23）「第58回日本伝統工芸展」

優れた日本の伝統工芸を現代に継承しつつ，今日の生活に即した新しい作品を築き上げることを目的に毎年開催。

主催：社団法人日本工芸会，開催地NHK放送局，朝日新聞社，文化庁（東京展のみ），開催地教育委員会など。一部有料。全国12会場（東京，名古屋，京都，大阪，金沢，仙台，岡山，松江，高松，広島，福岡，松山）。会期：11年９月21日～12年３月５日。入場者数：25万9,722人。

（24）「第13回　国際バラとガーデニングショウ」

メインテーマを「心惹かれるバラの香り」として香りあるバラで作ったローズアベニューを展示。サブテーマは「印象派の庭」，アーティストやガーデナーが名画をモチーフに挑戦。

主催：国際バラとガーデニングショウ組織委員会（毎日新聞社，NHK，スポーツニッポン新聞社）。有料。西武ドーム。会期：11年５月11～16日。入場者数：21万9,670人。

（25）「東京国際キルトフェスティバル　布と針と糸の祭典2012」

新作キルトの競演では「針に託したねがい」と題し第一線で活躍する34人のキルト作家が東日本大震災の復興を願って制作した。

主催：東京国際キルトフェスティバル実行委員会（NHK，読売新聞社，東京国際キルトフェスティバル組織委員会）。有料。東京ドーム。会期：12年１月20～28日。入場者数：24万5,382人。

（26）「世界らん展日本大賞2012」

「自然とあゆむ～希望ある未来へ～」をテーマに，世界21の国と地域から約3,000種，約10万株のさまざまなジャンルの蘭を展示するとともに，その美を競うコンテスト。

主催：世界らん展日本大賞実行委員会（読売新聞社，NHK，世界らん展組織委員会）。有料。東京ドーム。会期：12年２月18～26日。入場者数：18万3,114人。

Ⅵ．音楽・伝統芸能イベント

（１）NHK音楽祭2011

９年目を迎えた「NHK音楽祭」。11年は「華麗なるピアニストたちの競演」をテーマに実施。以下，すべてNHKホール。有料公演。

①10月３日（月）ローマ聖チェチーリア国立アカデミー管弦楽団
指揮：アントニオ・パッパーノ，ピアノ：ボリス・ベレゾフスキー。入場者数：2,410人。

②10月６日（木）NHK交響楽団
指揮：ネヴィル・マリナー，ピアノ：シプリアン・カツァリス。入場者数：2,781人。

③10月12日（水）ベルリン放送交響楽団
指揮：マレク・ヤノフスキ，ピアノ：河村尚子。入場者数：2,440人。

④11月10日（木）シドニー交響楽団
指揮：ウラディーミル・アシュケナージ，ピアノ：エフゲーニ・キーシン。入場者数：3,209人。

⑤11月19日（土）パリ管弦楽団
指揮：パーヴォ・ヤルヴィ，ピアノ：ダン・タイ・ソン。入場者数：2,656人。

（２）NHK古典芸能鑑賞会

10月28日，NHKホール。有料公演。

①箏曲「楓の花」
米川文子ほか30人による合奏ほか。

②舞踊　六歌仙容彩「喜撰」清元連中　長唄囃子連中
西川扇藏，藤間藤太郎，清元志佐雄太夫，清元美治郎，今藤尚之，今藤政太郎，堅田喜三久。

③歌舞伎「彦山権現誓助剱」杉坂墓所・毛谷村
中村吉衛門，中村芝雀，中村又五郎，中村東蔵。入場者数：1,431人。

（３）NHK交響楽団演奏会地方公演

６公演。東北公演／８月25日弘前市，８月26日秋田市。指揮：ジェームズ・ジャッド，バイオリン：シン・ヒョンス。当初予定していた８月24日仙台市，８月27日福島市は東日本大震災のため中

止。大阪公演／10月７日大阪市。指揮：ネヴィル・マリナー，ピアノ：シプリアン・カツァリス。四国公演／２月28日高松市，２月29日鳴門市，３月１日高知市。指揮：尾高忠明，ピアノ：小曽根真。総入場者数：8,564人。

（４）第80回日本音楽コンクール

毎日新聞社と共催。各部門予選・本選を経て入賞者を決定。本選会は10月22～27日，東京オペラシティコンサートホールで開催。各部門の第１位は次のとおり。ピアノ部門：濱野与志男（東京芸大４年），バイオリン部門：藤江扶紀（東京芸大３年），声楽部門：西村悟（東京芸大大学院修了），ホルン部門：日橋辰朗（東京音大卒），チェロ部門：岡本侑也（東京芸大附属２年），作曲部門：魚路恭子（東京芸大大学院修了）。

（５）日本音楽コンクール80周年ガラ・コンサート

日本音楽コンクールの80回を記念した入賞経験があるソリストとNHK交響楽団によるガラ・コンサート。２月４～５日，NHKホール。有料公演。

２月４日，テノール：西村悟，チェロ：藤森亮一，バイオリン：前橋汀子，ソプラノ：澤畑恵美，バイオリン：成田達輝，ピアノ：清水和音

２月５日，フルート：小山裕幾，バイオリン：渡辺玲子，ピアノ：舘野泉，バイオリン：戸田弥生，ソプラノ：木下美穂子，サクソフォーン：須川展也。入場者数：4,878人。

（６）第55回NHKニューイヤーオペラコンサート

１月３日，NHKホール。有料公演。

ソプラノ：安藤赴美子，木下美穂子，幸田浩子，腰越満美，中嶋彰子，森麻季，メゾ・ソプラノ：清水華澄，林美智子，藤村実穂子，テノール：大槻孝志，樋口達哉，福井敬，村上敏明，望月哲也，バリトン：須藤慎吾，谷友博，成田博之，堀内康雄，バス：斉木健詞，妻屋秀和，バリトン：平野忠彦，バレエ：後藤晴雄，上野水香，東京バレエ団，合唱：新国立歌劇場合唱団，二期会合唱団，藤原歌劇団合唱部，管弦楽：東京フィルハーモニー交響楽団，指揮：下野竜也。入場者数：2,966人。

（７）NHKバレエの饗宴

日本を代表するバレエ団とバレエダンサーが一堂に会する公演。３月30日，NHKホール。有料公演。①「アラジン」から「財宝の洞窟」，出演：新国立劇場バレエ団，八幡顕光，川村真樹ほか，②歌劇「イーゴリ公」から「ダッタン人の踊りと合唱」，出演：谷桃子バレエ団，赤城圭，齊藤拓，今井智也，三木雄馬，永橋あゆみ，朝枝めぐみほか，バス：妻屋秀和，合唱：藤原歌劇団合唱部，二期会合唱団，③「ザ・カブキ」から第八場「雪の別れ」，第九場「討ち入り」ほか，出演：東京バレエ団，柄本弾，二階堂由依ほか，三味線：田中悠美子，④「solo for ２」，出演：Noism1，井関佐和子，宮河愛一郎，藤井泉，櫛田祥光，中川賢，真下恵，小屻健太ほか，演奏：渡辺玲子（バイオリン），⑤「ライモンダ」第３幕からグラン・パ・パシフィック，出演：牧阿佐美バレエ団，伊藤友季子，京當侑一籠ほか，⑥「真夏の夜の夢」から「オベロンとタイターニアのパ・ド・ドゥ」，出演：吉田都，ジョセフ・ケイリー，指揮：大井剛史，管弦楽：東京フィルハーモニー交響楽団。入場者数：3,008人。

（８）第26回NHK能楽鑑賞会

１月24日，横浜能楽堂。無料公開。

①一調一声「三井寺」，出演：大倉源次郎，本田光洋

②狂言「文山立」，出演：山本則俊，山本則秀

③能「船弁慶」，梅若玄祥，梅若秀成，殿田謙吉，大日方寛，則久英志，山本東次郎ほか。入場者数：295人。

（９）東京JAZZ2011

９月２～４日，東京国際フォーラム。有料公演。出演：菊地成孔DCPRG，ラウル・ミドン，アル・ジャロウ，トム・スコット，デヴィッド・Tウォーカー，ヒューバート・ロウズ，カウント・ベイシー・オーケストラ，寺井尚子＆リシャール・ガリアーノ，ミシェル・ルグラン・トリオ，インコグニート，上原ひろみ，アンソニー・ジャクソン，サイモン・フィリップス，ケニー・バロン，熊谷和徳，セルジオ・メンデス，日野皓正，リー・リトナー，布袋寅泰，ジョージ・デューク，マーカス・ミラー，デヴィット・サンボーンほか。入場者数：１万8,606人。

Ⅶ．スポーツイベント

（１）ラジオ体操・みんなの体操会

かんぽ生命保険，全国ラジオ体操連盟との共催。

①夏期巡回ラジオ体操・みんなの体操会

７月20日～８月31日，全国43会場で実施し，ラジオ第１で生放送。このうち，７月31日（日）は浜松市で「1000万人ラジオ体操・みんなの体操祭」として実施。全会場の参加者は６万8,465人。

②特別巡回ラジオ体操・みんなの体操会

５月15・25日，６月５・12日，７月10日，９月４・25日，10月２・９日，全国９会場で実施し，

ラジオ第１で生放送した。参加者は１万595人。

③その他の普及活動

夏期・特別巡回ラジオ体操の会場のうち21会場および要請のあった自治体や老人ホームなどに講師を派遣し講習会を実施した。

（２）2011NHK杯国際フィギュアスケート競技大会（第33回大会）

日本スケート連盟主催，NHK共催により11月11～13日，真駒内セキスイハイムアイスアリーナ（札幌市）で実施。男子シングルは髙橋大輔（日本），女子シングルは鈴木明子（日本）が優勝。参加選手は10か国･51人。総入場者数１万6,894人。

関連イベントとして，小学生が大会期間中に公式練習などを見学する「アイスアリーナツアー」を実施した。

（３）天皇盃 第17回全国都道府県対抗男子駅伝競走大会

日本陸上競技連盟の主催，中国新聞，NHKの共催で12年１月22日に実施。平和記念公園前をスタート・フィニッシュとする７区間48kmコース。兵庫県チームが初優勝。観覧者数33万人。広島平和記念公園に設置した大型ハイビジョンモニターで中継映像を公開。広島放送局では「駅伝ふるさとひろば」を２日間実施。

（４）皇后盃 第30回全国都道府県対抗女子駅伝競走大会

日本陸上競技連盟の主催，京都新聞，NHKの共催で12年１月15日に実施。京都市西京極総合運動公園陸上競技場をスタート・フィニッシュとする９区間日本陸連公認マラソンコース。大阪府チームが優勝。観覧者数31万8,500人。競技場に設置した大型ハイビジョンモニターで中継映像を公開。ほかに『連続テレビ小説～カーネーション』出演者によるトークショーや少女ミニ駅伝を実施。

（５）第67回びわ湖毎日マラソン大会

日本陸上競技連盟，毎日新聞社，滋賀県，滋賀県教育委員会，大津市，大津市教育委員会の主催，NHKの共催で12年３月４日に実施。皇子山陸上競技場をスタート・フィニッシュとする日本陸連公認コース。サムエル・ドゥング（ケニア）が優勝。日本人トップは山本亮（４位）。観覧者数21万8,000人。競技場に設置した大型ハイビジョンモニターで中継映像を公開したほか，「びわ湖環境ふれあいテント村」を実施した。

（６）第13回長野オリンピック記念長野マラソン大会

11年４月17日に予定していたが，東日本大震災の影響で中止となった。

（７）オープンゴルフ選手権競技

日本ゴルフ協会の主催，NHKの共催で，男子・女子・シニアの３大会を実施。会場に設置した大型ハイビジョンで中継映像を公開。

①第44回日本女子オープンゴルフ選手権競技

９月29日～10月２日，名古屋ゴルフ倶楽部（愛知県）で実施。馬場ゆかり（日本）が優勝。総入場者数２万648人。

②第76回日本オープンゴルフ選手権競技

10月13～16日，鷹之台カンツリー倶楽部（千葉県）で実施。ベ・サンムン（韓国）が優勝。総入場者数は３万6,770人。

③第21回日本シニアオープンゴルフ選手権競技

10月27～30日，広島カンツリー倶楽部（広島県）で実施。室田淳（日本）が優勝。総入場者数4,825人。

（８）第91回天皇杯全日本サッカー選手権大会

日本サッカー協会，日本プロサッカーリーグの主催，NHKおよび共同通信社の共催で実施。都道府県代表47チームとシード41チーム（J1-18，J2-20，JFL2，大学１）の88チームで11年９月３日～12年１月１日で実施。元日，国立競技場での決勝戦（入場者数４万1,974人）では，FC東京が初優勝。大会を通じての総入場者数は33万4,258人。

（９）各都道府県サッカー選手権大会

45都道府県大会を各都道府県サッカー協会が主催し，NHKは主催または共催で実施した。各都道府県優勝チームは天皇杯の各都道府県代表として出場。

（10）第48回全国大学ラグビーフットボール選手権大会 および 第49回日本ラグビーフットボール選手権大会

大学選手権，日本選手権ともに，日本ラグビーフットボール協会が主催，NHKが共催で実施。

大学選手権は11年12月18日～12年１月８日で実施。決勝戦は国立競技場で行われ，帝京大学が３年連続３回目の優勝。大会を通じての総入場者数は11万9,594人。

日本選手権は12年２月25日～３月18日で実施。決勝戦は国立競技場で行われ，サントリーサンゴリアスが２年連続５回目の優勝。大会を通じての総入場者数は３万9,235人。

（11）JAPAN CUP 2011 チアリーディング日本選手権大会

日本チアリーディング協会の主催，NHKの共催で８月26～28日，国立代々木競技場・第１体育

館で実施。213チーム3,046人が参加。優勝は，〔中学校部門〕箕面自由学園中学校（大阪府）〔高等学校部門〕箕面自由学園高等学校（大阪府）〔大学部門〕日本文理大学（大分県）〔社会人部門〕クラブチームツイスターズA（東京都）。総入場者数１万9,601人。

（12）NHKスポーツパーク

NHK解説者や一流の講師によるスポーツ教室とトークショー等を組み合わせた家族で楽しめる総合的なスポーツイベント。「松岡修造のテニスパーク」を全国５会場で実施。参加者は合計3,833人。

（13）NHKジュニアスポーツ教室

野球，サッカー，バレーボール，水泳，バスケットボール，陸上，トランポリン，ゴルフ，柔道の各競技種目を一流講師の指導で，全国18会場で実施。参加者は合計5,504人。

Ⅷ．会館公開・展示

１．NHKスタジオパーク

前身は1965年開設の「見学者コース」。85年に「NHK展示プラザ」と名称変更し，その後，95年３月22日，放送開始70周年を記念して「NHKスタジオパーク」と改称し，リニューアルオープンした。00年３月には「放送75周年事業」の一環としてより参加感のある新コーナーを設置。さらに，12月にはBSデジタル放送開局に合わせて「BSデジタルタウン」を設置，03年12月には，地上デジタル放送の開始に合わせて「BSデジタルタウン」を拡充し，「デジタル放送ひろば」とした。

04年12月には「パークギャラリー」「スタジオショップ」を全面改修，07年６月に総入場者数1,000万人を達成した。11年には，放送の完全デジタル化に合わせて展示コーナーを一新するため，４月から約半年間，全館休館とし，10月10日にリニューアルオープンした。新生スタジオパークでは，次世代テレビ「スーパーハイビジョン」の上映設備をはじめ，番組制作体験や放送の舞台裏に触れることができるコーナーを拡充した。11年10月のリニューアルオープンから12年３月末までの入場者は29万6,773人。

【リニューアル後の主な展示内容】

①スーパーハイビジョン

360インチ大画面の臨場感あふれる超高精細映像と22.2chの立体音響を備えた次世代テレビ。

②CR－350スタジオ／3Dシアター

ラジオの公開番組とNHKオリジナルの3D映像の上映。

③アニメファクトリー

アフレコ体験やアニメの制作過程を映像や資料で紹介。

④クリエイティブラボ

来場者が映像と音を編集，オリジナル番組の制作を体験。

⑤スタジオパークNEWS

アナウンサーやカメラマン体験をしながら，ニュース番組の制作に挑戦。

⑥CT－450スタジオ

『スタジオパークからこんにちは』，『ゆうどきネットワーク』，『土曜スタジオパーク』，『日曜バラエティー』などの番組を公開。

⑦ネイチャーカメラマン

『ダーウィンが来た！』など自然番組の撮影に使う特殊カメラの操作を体験。

この他，レストランやショップなどがある。

所要時間	約１時間
開館時間	午前10時～午後６時　（入館は午後５時30分まで）
休館日	原則として毎月第３月曜日（祝日・振替休日と重なる場合は，その翌日） ※休館日は変更あり
入場料	個人　200円（団体・20人以上は150円） ※高校生以下および18歳未満，ならびに65歳以上無料

２．みんなの広場　ふれあいホール

「みんなの広場ふれあいホール」では，さまざまな公開番組やイベントなどを開催している。また，06年６月からは，３階の展示スペースを「ふれあいホールギャラリー」としてリニューアルし，“市民に開かれた文化発信スペース”として一般貸し出し（有料）を開始した。また，放送センターの番組公開ライブラリーとして３階にアーカイブスを併設している。11年度は，ギャラリーとアーカイブス合わせて４万8,863人の利用があった。

開館時間　午前10:00～午後6:00
入場料　無料

３．NHK放送博物館

“発信・発見・感動のあるミュージアム”として，11年度も積極的･意欲的に事業展開を行った。

幅広い年代層にわたる入館者の確保・増加を図りながら，視聴者とNHKを結ぶ最前線としての重要な役割を果たしている。11年度は，東日本大震災関連の節電要請に応えて，上半期は開館時間を短縮（４月は午前11時～午後４時，５月～９月は午前10時～午後４時）し，下半期（10月～３月）は通常の開館時間に戻した（午前９時30分～午後４時30分）。上半期はイベントも延期・縮小していたが，下半期は積極的に展開した結果，入館者数は12万2,456人（歴代５位）となった。

放送博物館の業務運営の基本は，放送の歴史にとって貴重な資料（放送文化財）の計画的な収集，分類，分析，保存，展示等であり，これらの上に立って行う事業展開の２本の大きな柱として，「魅力ある企画展示」と「愛宕山ホールにおけるイベント」がある。

企画展示では，06年度から10年度まで実施していた「がんばろう　ふるさと・全国NHK放送局展」をさらに発展させた「こんにちは　ふるさと・地域放送局のちから～NHK○○～」のほか，「戦後の娯楽番組」「寄贈資料」「気象予報あれこれ」「語学番組の変遷」「地域発ドラマ」「久保田万太郎と愛宕山」「松田トシ寄贈資料」など研究調査の蓄積や放送現場等との連携に立脚した多彩な展示を行い，内外から注目された。

イベントでは，地域からの発信の先鞭をつけた「がんばろう　ふるさと○○放送局・○県の日」を継承・発展させた「こんにちは　ふるさと・地域放送局のちから～NHK○○（○県）の日」をはじめ，「愛宕山文化講座」「放送記念日文化講演会」「放送人の世界～人と作品～」「地域発ドラマの魅力」「放送から生まれた歌」「大河ドラマをめぐる人たち」「藤山一郎を歌う」「愛宕山コンサート」「愛宕山講談会」「愛宕山俳句の会」「新　みんなの健康教室」「放送なるほど講座」「中高生のための放送講座」「俳句自然塾」「工作教室」ほか魅力あるラインナップで，入館者の期待に応えた。

こうした結果，入館者の数が増えているだけでなく，従来比較的少なかった若いカップル，30・40代の家族連れなども多数訪れるようになり，入館者層の幅が幼児から高齢者にわたって広がってきている。

このほか，放送博物館では車椅子での入館者用に１階と中２階を結ぶエレベーターを設置（08年度末）してバリアフリーの充実を図るなど，安心・安全・清潔な施設運営の徹底と，心のこもった丁寧な対応を行っている。

また，産業文化博物館コンソーシアム（COMIC），港区ミュージアムネットワークなど博物館相互の連携を密にして，地域文化の中核としての活動強化に努めている。加えて，映像・活字・電子系のメディアを通じての戦略的なPRにも積極的に取り組んでいる。

（１）資料の収集・保存

放送史上貴重な資料（図書・文献，台本，機器など）の収集を行った。また，資料データベースの充実を図った。

（２）展示・企画展

「こんにちは　ふるさと・地域放送局のちから～NHK○○～」（４月～５月，長野放送局）（６月～８月，金沢放送局）（８月～10月，徳島放送局）（11月～12月，青森放送局）（１月～２月，札幌放送局）（３月～４月，宇都宮放送局），「戦後の娯楽番組」（４月～６月），「寄贈資料」（４月～８月），「気象予報あれこれ」（７月～９月），「語学番組の変遷」（９月～11月），「地域発ドラマの魅力」（９月～12月），「久保田万太郎と愛宕山」（１月～４月），「松田トシ寄贈資料」（２月～３月）を実施した。

（３）普及業務

①イベント

「がんばろう　ふるさとイベントデー」「愛宕山文化講座（傅益瑶，松木伸男，中川洋吉，金田栄一，村山定男，福地茂雄，今野勉，池井優，吉永みち子の各氏）」「放送記念日文化講演会（澤地久枝，畠山重篤）」「放送人の世界　佐藤幹夫～人と作品～」「地域発ドラマの魅力」「放送から生まれた歌（永六輔）」「大河ドラマをめぐる人たち『平清盛』」「企画展関連　継続は力なり（マーシャ・クラッカワー）」「藤山一郎を歌う」「愛宕山コンサート（友吉鶴心，碓井俊樹ほか）」「愛宕山講談会」「菊田一夫の世界」「愛宕山俳句の会」「新みんなの健康教室」「放送なるほど講座」「中高生のための放送講座」「俳句自然塾」「NPO法人ふるさと小中学生俳句ぷらざ　俳句大会表彰式」「工作教室」などを開催した。

②NHK番組を見る会

『ハイビジョン　世界ふれあい街歩き』『ハイビジョン　探検ロマン世界遺産』『新日本紀行ふたたび』『ハイビジョン特集～関口知宏が行くヨーロッパ鉄道の旅』『ドキュメント日本列島』『NHKスペシャル　ハイビジョンドラマ～焼け跡のホームランボール』などのほか，落語などを上映した。

③移動放送博物館

熊本放送局（４月16～17日），佐賀放送局（10

月22～23日），山形放送局（11月19～20日），鳥取放送局（12月10～11日），北見放送局（１月28～29日），秋田放送局（２月25～26日），松江放送局（３月３～４日）で開催し，合計で１万8,965人が来場した。

④中・高生のための放送講座

８月３日実施。15組52人が参加した。

⑤学芸員実習

８月25～31日の７日間実施。８大学11人が参加した。

NHKの情報公開

（１）NHKの情報公開の特色

01年７月から開始したNHKの情報公開の主な特色は，次の３点である。

①国や地方自治体のように法律・条例によって義務づけられて行うのではなく，NHKが自主的に実施するものである。放送法の精神や言論・報道機関としての性格に照らし，NHKの自主・自律性に配慮した結果である。

②放送番組や放送番組の編集に関する情報を記録した文書については，情報開示の求めの対象外としている。NHKが公共放送としての使命を果たしていくためには，放送番組編集の自由の確保は不可欠である。もし番組そのものや，番組素材，その制作・編成関係の文書を開示するとなると，自由な番組編集に支障が生じ，ひいては公共放送としての使命が果たせなくなることから，情報開示の求めの対象外とした。そのうえで，可能な範囲で関係情報の提供に努めていく。

③NHKの不開示等の判断に対して，第三者機関による公正・客観的なチェックの仕組みを整えている。５人の有識者で構成される「NHK情報公開・個人情報保護審議委員会」が，視聴者からの再検討の求めがあった際に，委員会としての意見をNHKに述べる。NHKは，その意見を尊重して最終判断を行う。

（２）NHKの情報公開の仕組み

NHKの情報公開は，基本的枠組みを定めた「NHK情報公開基準」（00年12月制定）と，それをさらに具体化した「NHK情報公開規程」（01年６月制定）に基づいて取り進めている。この情報公開規程は，情報公開基準に基づき情報公開を実施していくために必要な事項を定めている。主な内容は次のとおり。

①開示の求めの対象となる文書

NHKの役職員が業務上共用するものとして保有している文書（フロッピーディスク・サーバー等に電磁的に記録されたものを含む）が，開示の求めの対象となる。

ただし，放送番組編集の自由を確保する観点等から，次のものについては対象外となる。

（ⅰ）放送番組および放送番組の編集に関する情報を記録したもの（放送番組の企画，取材，収録等について記録した文書など。ハードディスク・DVD等を含む）。

（ⅱ）書籍，雑誌等不特定多数の人に販売することを目的として発行されるもの。

（ⅲ）歴史的もしくは文化的な資料または学術研究用の資料としてNHK放送博物館等において特別の管理がされているもの。

②開示の求めのできる者

NHKの放送の視聴者。

③受付場所・方法

全国の放送局・支局に，日本語で記入した申込書を持参または郵送で提出する。

④開示できない文書

開示の求めの対象となる文書は，原則として開示する。

ただし，次の情報（不開示情報）が記載されている場合を除く。

（ⅰ）NHKの権利利益，地位，事業活動に支障を及ぼすおそれがあるもの。

（ⅱ）NHKの審議，検討，協議が円滑に行われることを阻害するおそれがあるもの。

（ⅲ）特定の個人を識別できるものや個人の権利利益を害するおそれがあるもの。

（ⅳ）NHK以外の法人，団体，個人事業主の権利等を害するおそれがあるもの。

（ⅴ）NHKの保安に支障を及ぼすおそれがあるもの。

（ⅵ）契約によりNHKが守秘義務を課せられているもの。

⑤開示・不開示等の判断までの期間

申込書を受け付けた翌日から30日以内に開示・不開示等を判断する。判断結果は書面により連絡する。

⑥開示の実施方法

視聴者が開示の連絡を受けた日から２週間以内に，閲覧またはコピーを提供する（電磁的に記録されたものについては，プリントアウトし，閲覧またはコピーを提供する）。

⑦費用

閲覧のためにコピーやプリントアウトが必要な場合も含め，次の費用は視聴者負担となる。

・　白黒コピー　：１枚につき10円
・　カラーコピー：１枚につき50円
・　郵送料　　：実費

⑧再検討の求め

一部開示・不開示の判断結果について，視聴者は２週間以内に「再検討の求め」ができる。

その場合NHKは，NHK情報公開・個人情報保護審議委員会に諮問し，その意見を尊重して開示・不開示等の最終的な判断を行い，直ちに書面により視聴者に連絡する。

⑨実施状況の公表

実施状況を適宜，公表する（毎月，インターネットホームページで公表）。

（３）「開示の求め」

①受付状況

11年度は，全国の放送局・支局において，27人の視聴者による164件の開示の求めがあった。

②検討結果

134件について検討を終えた。（表１）

表１　「開示の求め」検討結果

判断結果	件　数	備　考
対象外	10件	うち，５件で情報を提供
開　示	83件（A）	うち，一部開示15件
不開示	41件（B）	うち，文書不存在35件

③開示率（A／（A＋B））

134件についての開示率は67％，開始当初の01年度からの開示率は69％となっている。

④「開示の求め」の内容

11年度に受け付けた164件の内訳は次のとおりとなっている。（表２）

表２　「開示の求め」の内訳

分　野	件　数	割　合
経営一般	56件	34％
放送	14件	９％
営業	55件	33％
技術	１件	１％
広報・事業	14件	９％
総務・経理	22件	13％
その他	２件	１％

（４）NHK情報公開・個人情報保護審議委員会

NHK情報公開・個人情報保護審議委員会は，「開示の求め」についてのNHKの一部開示・不開示の判断に対して「再検討の求め」があった場合に，審議を行い，NHKに意見を述べる第三者機関である。

①委員

NHK情報公開・個人情報保護審議委員会の委員は，５人以内で，経営委員会の同意を得て会長が委嘱する。任期は２年，再任は可である。11年度末現在，次の方々に委員を委嘱している。

委　員　長　大島　崇志　氏　（弁護士）
委員長代行　佐藤　ギン子氏
（㈶女性労働協会名誉会長）
委　員　　宍戸　常寿　氏
（東京大学大学院法学政治学研究科准教授）
委　員　　宮内　忍　　氏（公認会計士）
委　員　　米倉　久邦　氏
（元共同通信社論説委員長）

②開催回数

11年度，NHK情報公開・個人情報保護審議委員会は，12回開催された。

（５）「再検討の求め」

①受付状況

11年度は，NHKが一部開示・不開示の判断をしたもののうち，27件について再検討の求めを受け付けた。このうち３件については諮問せず開示した。

②審議状況

11年度，NHK情報公開・個人情報保護審議委員会は，前年度からの継続案件も含め，31件について審議し，31件の答申を行った。（表３）

NHKは，すべての案件について，審議委員会の答申どおりの最終判断を行った。

表３　11年度受け付け・審議案件（31件）

審議結果	割　合
一部開示の範囲を広げるか，開示が妥当	２件
不開示ではなく一部開示・開示が妥当	１件
当初判断どおり一部開示・不開示が妥当	28件
審議中・諮問準備中	０件

NHKの個人情報保護

（１）個人情報保護法

①個人情報保護法の施行

05年度から「個人情報の保護に関する法律」(個人情報保護法。以下「法律」という）が全面施行され，NHKもこの法律が定める「個人情報取扱事業者」に該当することから，さまざまな法律上の義務が課され，個人情報の取り扱いを適正に行うことが求められている。

②法律の義務の適用除外

この法律が成立する過程で，個人情報保護に関する「利用目的による制限」「適正な取得」「正確性の確保」「透明性の確保」といった基本原則が，「表現の自由」「報道・取材の自由」などの基本的人権を制約するおそれがあるとの指摘がメディアを中心になされた。

このため，法律は，報道機関が報道目的で個人情報を取り扱う場合，著述を業とする者が著述目的で個人情報を取り扱う場合などは，個人情報取扱事業者としての義務の適用を除外した。その一方で，義務の適用が除外される場合については，事業者が自主的に個人情報の適正な取り扱いについての措置を講じ，それを公表するよう努めることを求めた。

（２）NHKの個人情報保護の取り組み

①NHKの取り組み

ア　NHK個人情報保護方針

NHKにおける個人情報保護に関する最上位の規程で，法律上の義務が適用除外となる報道・著述・学術研究分野を含め，NHK内の個人情報全般の取扱いについて宣言的に定めている。

イ　NHK個人情報保護規程

法律上の義務の適用を受ける分野（営業・事務分野等）を対象に，実務上の手続きを中心に定めている。

視聴者本人から自己情報の開示等の求めが出された場合，原則として視聴者が求める措置をとることとなるが，開示するとNHKの業務の適正な実施に著しい支障を及ぼすおそれがある場合等は，求められた措置をとらなくてもよいとされている。

このような場合の救済策として，法律上の要請はないが，NHKとして自主的に，視聴者からの「再検討の求め」を受け付け，第三者機関「NHK情報公開・個人情報保護審議委員会」において審議してもらうこととしている。

ウ　報道・著述・学術研究分野に係る個人情報保護規程

法律上の義務が適用除外となる報道分野等について，自主的に，安全管理や苦情への対応について定めている。

②NHKにおける個人情報の管理・責任体制

上記規程に基づき，NHKにおける個人情報の管理については，副会長がこれを統括し（報道分野等については放送総局長），各部局においては，各部局長が全責任をもって管理することとなっている。

しかしながら，11年度においては，個人情報の漏洩（ろうえい）や紛失が合わせて25件発生した。

これらの事案はいずれもホームページで公表するなどしているが，NHKとして，今後はこのような事態が起きないよう，個人情報の取り扱いについては，くれぐれも細心の注意を払い，その適切な取り扱いに努めていく。

③個人情報の開示等の求めへの対応状況

11年度に視聴者本人から出された個人情報の開示等の求めは，開示の求めが19件あり，検討結果は次のとおりである。

個人情報の開示等の求めへの対応

検討結果	件数
開示	12件
一部開示	３件
不開示	４件

④「個人情報　再検討の求め」の審議状況

11年度に受け付けた個人情報に関する再検討の求めは４件であり，審議委員会は，NHKが不開示とした当初判断を妥当とした。NHKはその意見どおり最終判断を行った。

広　報

Ⅰ．経営広報

１．会長会見とマスコミ対応

NHK広報は，会長の定例記者会見をはじめ，臨時の記者会見，ブリーフィング，個別の取材対応などを通じて，NHKの経営情報をさまざまな形で発信している。

会長会見は原則月１回。会長と副会長，テーマに応じて関係役員が出席して，NHKや放送業界全体に関わることなどについて説明している。

12年度から始まる３か年の経営計画については，策定の過程や計画に盛り込まれた受信料の値下げ，それに放送と通信の融合時代のNHKの新たなサービスの在り方などについて丁寧に伝えた。また，11年度が最終年度となった前の経営計画に，経営目標として位置づけた接触者率や受信

料支払率の達成状況についても伝えた。

放送と通信の融合時代のNHKの在り方については，マスコミ各社の関心が高く，今後の公共放送や受信料制度の在り方を議論した「受信料制度等専門調査会」が７月にまとめた答申について，会見などを通じて詳細に発信した。さらにラジオのインターネット配信やNHKオンデマンドの利用者拡大に向けた取り組み，それに民放・電通によるVODサービス「もっとTV」への参加検討など，関連する動きを適宜，発信した。

東日本大震災への取り組みについては，会長会見や個別のインタビュー取材などを通じて，NHKが放送・放送以外の両面から，全局をあげて進めていることを広く理解してもらうための広報を行った。この中では，テレビ・ラジオやインターネットを通じて，被災地の復興や原発の事故の問題，生活に関連する情報などを多角的に伝えていることを発信した。一方で，震災を受けて検討が進められている放送機能の強化や災害報道での新たな取り組み，夏の節電対策についても分かりやすく広報した。

大相撲に関連する動きを巡っては，名古屋場所の中継再開の決定を中心に，NHKの姿勢や対応などについて引き続き適切に広報した。

暴力団排除の取り組みに関連しては，この問題に対する姿勢を示した「指針」などの作成や対外的な周知，紅白歌合戦での出演者などへの対応について丁寧に情報を発信した。

営業の取り組みについては，震災やアナログ放送終了に伴う業績への影響について情報を発信した。また，受信料の公平負担のため，未契約世帯に対する初の提訴などの民事手続きを，きめ細かく広報した。

◇会長定例記者会見の主な内容

４月　東日本大震災への取り組み
　　10年度の営業業績
　　大相撲技量審査場所の中継問題
５月　東日本大震災への取り組み
　　東北３県のアナログ放送終了延期
　　放送技術研究所の一般公開
　　大相撲の中継問題
　　節電対策
６月　第１期営業業績
　　ラジオのインターネット配信
　　夏の電力使用制限対策
　　「視聴者ふれあい報告書2011」
７月　テレビ放送の完全デジタル化
　　第１期営業業績確定値と震災の影響
　　夏のイベント「NHK WONDER LAND 2011」
９月　テレビ放送のデジタル移行から１か月
　　第２期営業業績
　　「NHKスタジオパーク」リニューアルオープン
　　次期経営計画への意見募集
　　暴力団排除の取り組み
10月　年度前半番組総括
　　上半期営業業績
　　第38回「日本賞」
　　次期経営計画への意見募集結果
11月　暴力団などの排除の指針及び周知
　　ロンドンオリンピックのスーパーハイビジョン公開上映
12月　第４期営業業績
　　『第62回NHK紅白歌合戦』
　　放送受信契約の未契約世帯提訴
　　小野副会長のABU（アジア太平洋放送連合）副会長就任
１月　年末年始番組の感想
　　「震災から１年」の取り組み
２月　第５期営業業績
　　「第41回番組技術展」
　　民放・電通によるVODサービス「もっとTV」への参加検討
３月　震災から１年　放送機能強化の取り組み
　　ロンドンオリンピックの放送予定
　　「第63回日本放送協会放送文化賞」

◇その他の主な記者会見

・大相撲名古屋場所中継再開　(6.2)
・受信料制度等専門調査会答申　(7.12)
・テレビ放送の完全デジタル化　(7.24)
・次期経営計画議決　(10.25)

２．国際広報

国際広報は，NHKと海外メディアの接点としての役割と，NHKの国際業務に対する国内視聴者の理解と支持を得る役割を担っている。

海外メディアへの対応では，東日本大震災を受け，NHKの災害報道が年間を通じて主要なテーマとなった。報道局を中心とした災害報道の体制やヘリコプター，ロボットカメラなどの設備，さらには気象庁との連携など，災害が多い日本の公共放送ならではの備えを詳しく説明し，理解を深めた。BBCやAP通信など欧米各国の大手メディアのほか，アジアや南米，中近東など幅広い地域から，新聞・テレビの取材陣を受け入れた。

震災から半年や１年目といった節目には，NHKスペシャルなどの番組情報を英語化し，国内の外国人のほか，国際放送を通じてNHKの番組を見る海外の視聴者に対しても情報提供し，復興に向けて歩む日本の姿を発信するよう努めた。

こうしたNHKの震災報道は，海外のコンクールでも評価された。11年９月には，オランダで開かれた「コネクティッド・ワールド・ティービー・アワード」で「NHKワールドTV」が放送部門の最優秀賞を受賞したほか，12年２月には，イギリスの「王立テレビ協会」が主催する「テレビ・ジャーナリズム賞」で審査員賞を受賞した。

震災報道以外では，完全デジタル化や，12年度からの３か年経営計画，国際放送のサービス拡充や，スーパーハイビジョンをはじめとする最新技術の発信に力を注いだ。特にスーパーハイビジョンについては，ロンドン・オリンピックでのパブリックビューイングに向け，技術専門記者を中心に開発の段階や将来性などについて取材対応した。また『終戦特集』や『宇宙の渚』などの大型番組についても随時リリースした。

国際協力の分野では，ABU（アジア太平洋放送連合）が８月にタイ・バンコクで主催した「ロボットコンテスト」において現地で取材対応をしたのに続き，10月にインド・ニューデリーで開かれた総会では，関連部局とともに，アジアでNHKが果たす主導的な役割についての理解促進に努めた。ABUの会長会見の席上ではNHKが発案したデジタル時代の教育プログラム，「ABUデジスタ・ティーンズ」のPRも行った。

国際コンクールにおける震災以外の受賞作品は，『NHKスペシャル～奇跡の生還　スクープチリ鉱山事故の真実』が「国際エミー賞」の時事問題部門を受賞した。NHKのこの部門での受賞は初めてで，日本語と英語両方でリリースした。

広報資料としては，年次活動報告「NHK Annual Report 2011-2012」を英語，中国語，韓国語の３か国語で合わせて１万2,000部を作成した。またこのビデオ版にあたる「NHK 2011」も同じ３か国語で制作した。いずれも震災報道を分厚く取り上げ，海外からの来訪者への接遇や国際イベント会場などで活用された。

３．デジタル・技術広報

公共放送NHKは，新しい放送技術の研究・開発や，実用化，普及においても，先導的な役割を果たしている。こうした豊かな放送文化を創造するNHK技術の取り組みについて，視聴者理解を深める役割を，デジタル・技術広報は担っている。

11年度は，放送のデジタル化完了に向けた取り組みや，東日本大震災の災害報道での技術力発揮，放送と通信の連携に向けた新技術の研究開発などを中心に，積極的な広報を行った。

（１）放送のデジタル化に向けた広報

11年７月24日に44都道府県で，12年３月31日に岩手，宮城，福島の３県でアナログテレビ放送を終了し，デジタル放送移行が完了した。これに向け，デジタル移行が間に合わない世帯が出ないよう，受信対策を促進する周知広報を行った。

会長会見や報道発表，ホームページ，記者レクチャーなどを通じて，中継放送所やNHK共聴のデジタル化の進捗状況や，受信機の普及状況を周知した。さらに，具体的な受信対策方法や，受信相談の問い合わせ先などを視聴者に伝えた。７月に記者クラブを対象としたデジタル化に関する説明会を実施し，マスコミ各社の理解促進を図った。

デジタル放送の特長や魅力，受信方法を紹介するホームページ「NHKデジタル」も充実した。『デジタルQ』や『デジタルテレビライフがやってきた！』などの関連番組の紹介や，NHKの地デジ化への取り組みをタイムリーに掲載した。「パラボ刑事」や「もったいないオバケ」など衛星放送受信の促進や，「ネットにつなごう」などデータ放送活用の促進も行った。

アナログ放送終了までの日数を表示するカウントダウンバナーをNHKオンラインのトップページに表示した。アナログ放送終了の直前に，砂嵐画像などのソフトテストやカウントダウンスーパー，アナログ放送終了当日に放送したブルーバック画像などの施策について周知を行った。こうした広報活動などにより，大きな混乱なくデジタル化を完了できた。７月24日に千代田放送会館で，NHKの松本会長と民放連の広瀬会長が出席する合同記者会見を実施し，歴史に残る日の出来事を視聴者に強く印象づけた。

７月24日のアナログ放送終了当日に，職員が東京タワーのアナログ放送機を停止する歴史的な瞬間を捉えた写真をマスコミ各社に提供し，国内および海外のメディアで広く取り上げられた。

（２）東日本大震災への取り組み

震災報道での技術的な取り組みについて紹介し，NHKに対する視聴者の理解を促進した。

緊急地震速報や字幕放送，データ放送やインターネットの活用など，さまざまな技術を使って災害や避難に関する情報を提供していることを視聴者に広めた。さらに，ヘリコプターや，ロボット

カメラ，超高感度カメラ，画像鮮明化装置など，NHKが災害報道現場で活用した最新技術についても積極的に紹介した。

また，仮設放送所や避難所へのテレビ・ラジオ受信機設置，被災地でのデジタル化の支援・助成制度の期間延伸など，東北３県でのNHKの施策を周知・紹介し，NHKへの信頼を向上した。

（３）イベントを通じた技術広報

４月に実施したBS２波化にあたり，NHKデジタルのホームページで，魅力的な番組編成の概要を紹介するとともに，マルチ編成時のチャンネル切り替え方法について解説するページを開設するなど，番組と連携して視聴拡大に努めた。

５月に開催した「NHK放送技術研究所公開」では，開催前からスーパーハイビジョンやHybridcastなどの記事掲載を推進した。プレス記者を対象とした事前公開には，各社から61人の参加があり盛況であった。震災により開催時間が短縮され，雨天が続くなど開催条件に恵まれなかったが，こうした広報・周知により，10年と同じ１万9,000人もの来場者を確保した。終了後も６月まで関連取材が続くなど，視聴者や報道各社の関心を継続して集めることができた。

10月の「CEATEC JAPAN 2011」では，放送通信連携や災害時の情報インフラの展示を紹介し，NHKブース来場者が前年度の1.5倍に増加した。11月の「InterBEE 2011」でも，NHKが開発した機材を技師長インタビューなどで紹介し，研究・開発の成果をアピールした。

BS直接受信の研究開発に関する「IEEEマイルストーン」認定の記者発表会を10月に，ロンドン五輪スーパーハイビジョンパブリックビューイングに向けて開発を進めている機材内覧会を11月に技術研究所で開催した。

２月の「番組技術展」では，新聞・雑誌への事前の広告や連載記事の掲載により，入場者が前年の1.5倍の8,400人に増加した。

（４）報道発表

・「NHK技研公開」開催のお知らせ（5.12）
・世界初スーパーハイビジョン対応直視型85V型液晶ディスプレイの開発に成功（5.19）
・インテグラル立体テレビがより鮮明に！（5.20）
・映像を“印象”で検索するシステムを開発（5.20）
・インテグラル立体テレビでVFXによる演出が可能に！（5.23）
・ファイルベースシステムが快適に，大きく進化！（5.24）
・メガソーラで節電放送“グリーンラジオ”!!（6.2）
・７月１日以降の“アナログ放送画面を通じた特別周知”について（6.17）
・菖蒲久喜ラジオ放送所と秋田大潟ラジオ放送所での第２放送減力放送について（6.30）
・ハイビジョン高画質を維持可能な「電子透かし」！（7.19）
・NHK映像マップみちしる　サイトOPEN（7.27）
・NHK映像マップみちしる　写真・コメント投稿募集（9.21）
・『つながる・広がる！スマートライフ』～ CEATEC JAPAN 2011に出展 ～（9.28）
・NHK横浜放送局　会館イベントの開催について「見せます！NHK潜水カメラマンの世界」（10.13）
・ロンドンオリンピックでスーパーハイビジョン公開上映を実施！（11.9）
・映像品質劣化チェック機能付フォーマット変換装置を開発（11.10）
・高機能ノンリニア編集機を開発（11.10）
・NHKの衛星放送開発がIEEEマイルストーンに認定！（11.18）
・第41回 番組技術展～ 放送現場のアイデアから生まれる技術を紹介 ～（2.2）
・新サービスを一気に展開NHKオンデマンド（2.15）
・スーパーハイビジョンカメラ用イメージセンサーを開発（2.23）
・福島県双葉ラジオ中継放送所の復旧について（3.23）

Ⅱ．番組広報

１．記者会見

８月を除く毎月１回，記者クラブ加盟社を対象に放送総局長の定例記者会見を行い，NHKの番組広報に努めた。副総局長も出席し，番組情報・見どころなどを中心に紹介した。特に重要な番組については映像での案内や番組制作者や出演者を招いてPRした。同様の説明会を広報部副部長がテレビ雑誌などのメディアに対しても同日に行った。

番組改編時や夏の特集，年末年始特集については，冊子を2,000冊発行し，各メディアへ配付するとともに，総局長会見で記者クラブに対して内容を説明した。テレビ情報誌や一般の週刊誌，記

者クラブ非加盟社に対しては，別途会見して番組内容について説明した。

総局長会見以外にも取材会や試写会に精力的に取り組み，『大河ドラマ』や『連続テレビ小説』をはじめとするドラマ番組や芸能番組，また『NHKスペシャル』などについても，そのつどマスコミ各社に周知し，出演者やプロデューサーが同席して会見を開いた。「江」は20回を超える会見や取材会を開催し，およそ320の媒体に取り上げられた。『よる☆ドラ』を新規開設し，40代女性をターゲットに広く見られた。また「おひさま」は高視聴率に支えられ，最高視聴率が22.6％（関東ビデオリサーチ社調べ）と，震災後の日本に人の絆を見直すきっかけを作り，同時に安らぎと癒やしを提供できた。

雑誌の「月刊ザハイビジョン」（12年１月号角川マガジン）「文藝春秋（文藝春秋社）」などで，NHKの特集記事が組まれ，Eテレや新番組，大型ドラマ番組に関する編成の考え方や個別番組の魅力とその撮影裏話を詳しく紹介。若年層や未接触者に向けた広報展開を推進した。

新番組や新キャスター，教育番組のレギュラー出演者，衛星放送番組のキャスターなどの発表についても，本人同席の会見を行い，PRに努めた。

62回を迎えた『紅白歌合戦』では，「応援隊」「司会者」「出場者」「曲目」「曲順」「審査員」など，決定の節目ごとに記者会見や発表を行ったほか，司会者発表，出場者発表に合わせて会見の様子をライブストリーミングで生中継するなど，多彩な広報展開を図った。12年度の新番組では，改定の柱となる平日夜のニュース番組，ウェブニュースや昼のクイズ番組，金曜夜の情報番組について，またタレントや女優を大胆に起用した語学番組や趣味番組などについて，集中的に取材会や発表会を実施するなど，効果的かつ効率的な広報を進めた。11年度に行った取材会・試写会は160回に達した。

◇放送総局長定例記者会見の主な内容

４月　東日本大震災関連番組
　　ラジオキャラクター「らじる」発表
　　ウイリアム王子結婚式生中継

５月　放送総局長・副総局長 新任の挨拶
　　『NHKスペシャル～検証原発危機』
　　『NHKスペシャル～未解決事件』

６月　夏の特集番組
　　『NHKのど自慢 特集企画』と
　　『歌おう！東北のど自慢』
　　BSプレミアム北欧キャンペーン
　　映像マップ「みちしる」サイトオープン

７月　震災プロジェクト
　　『大河ドラマ～平清盛』交流会実施
　　『明日へ　再起への記録』
　　米同時多発テロから10年
　　中継特番『今宵あなたは宇宙の渚に立つ』
　　日韓共同制作ドラマ「赤と黒」

９月　平成23年度後期番組改定
　　『NHKスペシャル～巨大津波 何が生死を分けたのか』『東日本大震災“帰宅困難”2000万人の警告』
　　東北関連番組『きらり！東北の秋』
　　NHK文化祭2011

10月　『NHKスペシャル～アレルギーは治る！』
　　『土曜ドラマスペシャル～蝶々さん』
　　『NHKスペシャル～孤立集落どっこい生きる』
　　『東日本大震災　孤立する被災者たち』
　　『松本人志 大文化祭』
　　『NHK杯国際フィギュアスケート競技大会』
　　『サッカー男子～ロンドン五輪 アジア最終予選』

11月　年末年始特集番組
　　「スティーブ・ジョブズ」関連番組
　　『第62回紅白歌合戦』
　　『大河ドラマ～平清盛』

12月　『あの日わたしは ～証言記録 東日本大震災～』
　　『土曜ドラマスペシャル～それからの海』
　　『ゆく年くる年』
　　『NHKスペシャル～ヒューマン』
　　『Eテレ 特集～日本人は何を考えてきたのか』

１月　12年度番組改定
　　NHKスペシャル震災シリーズ
　　ほっこり東北キャンペーン
　　『クリスマスに贈る卒業式』
　　『絆ほっこり東北の鍋』
　　『きらり！えん旅』
　　『NHKスペシャル～うつ病を治せ』
　　『韓国ドラマ～シークレットガーデン』
　　『サッカーロンドン五輪アジア最終予選』
　　『FIFA　サッカーワールドカップアジア予選』
　　『第46回スーパーボウル』

２月　『震災から１年』長時間編成
　　『NHKスペシャル～メガクエイクⅡ』

東日本大震災アーカイブス
放送記念日特集番組
『NHKスペシャル～東京大空襲の真実』
３月　『NHKスペシャル～未解決事件』
『NHKスペシャル～宇宙の渚』
ロンドン五輪関連
BSプレミアム「ドキュメンタリードラマ」シリーズ

Ⅲ．広報制作

視聴者にテレビ・ラジオの放送予定を中心に伝える番組広報。デジタル放送への移行周知をはじめ，公共放送の姿勢を正しく伝える経営広報番組やスポットを制作・放送した。

また，同様にポスターや冊子など印刷物の編集・作成，インターネットや携帯サイトによる未接触者の獲得などの展開，ネット広告・交通広告なども放送と連動して広報活動を行った。

１．広報番組

（１）番組広報

「番組スポット」（地上波２波・週およそ３時間22分 衛星２波・週およそ３時間６分）を中心に，地上・衛星波で，毎日，番組PRを放送した。

『土曜スタジオパーク』（生放送）は，毎回１つの番組を取り上げ，旬なゲストと共に見どころや舞台裏など，魅力をたっぷり伝えた。今年度からは，年に数回の地方での公開収録を始め，直近のNHKの動きを伝えたり，番組・イベントなどの話題を掘り下げたりするコーナーなどを設け，NHKの最新情報を発信した。

さらに，最新の番組制作情報，経営情報や番組の舞台裏などを紹介する『プレマップ』も随時放送した。

（２）経営広報

11年度からは，これまでBS2で放送していた『あなたのアンコール』と経営広報番組『三つのたまご』が合体，新たに『NHKとっておきサンデー』が始まった。反響が大きかった番組のアンコール放送や『連続テレビ小説』の１週間ダイジェスト，そしてNHKの活動や経営課題の情報など，NHKの情報を分厚く伝える１時間49分のワイド番組が誕生した。また，公共放送の使命として，東日本大震災プロジェクトと連携しながら，『震災復興キャンペーンスポット』などを制作したほか，７月24日のアナログ終了に向けて，スポットやミニ番組，定時・特集番組を通して丁寧な周知に努めた。

『震災復興キャンペーンスポット』では，壊滅的なダメージを負った東北観光を支援するため，東北３県の高校合唱部にキャンペーンソング「ねぇここにいて」を歌ってもらうスポットを，東日本大震災プロジェクトのキャンペーンに合わせて，秋・冬・春の３バージョン制作。また，阪神淡路大震災で被災した人たちから，東北３県の被災地に向けたメッセージを伝える「神戸からあなたへ」を制作した。『デジタル放送キャンペーン』では，継続番組の『デジタルQ』と毎月１回放送の特集番組『デジタルテレビライフがやってきた！』に加え，綾小路きみまろさん，高田純次さん，藤岡弘、さん，などが出演する多彩なスポットを制作し，放送した。さらに，アナログ放送が終了する７月24日に向けては，アナログ終了日時の告知をはじめ，カーナビなど見落としがちな機器の案内，デジサポの周知などを行ったほか，終了当日の昼からは終了画面を放送するなど，最後の周知にも努めた。そして，アナログ放送終了が遅れた東北３県向けには，衛星セーフティーネットの案内や，３月31日のアナログ放送終了に向けて，各県ゆかりの俳優を起用したスポット，「チーム地デジ化」を各県別に制作した。

また，BS２波化とBSプレミアムの定着を図るために番組出演者を起用した「BSで会いましょう」クラッチ，BS普及のためにサッカーをキラーコンテンツとして展開したキャンペーン，「ナデシコパ」，「世界を青く」のスポット・クラッチを制作した。

（３）そのほかの番組

７月31日には，デジタル放送の機能やサービスを広く周知するためにクイズ形式の生放送特番『デジタル☆宝さがし』を制作。番組内でマルチ編成を行ったり，文字放送でクイズを出すなどNHK初の試みを行った。11月には『スペシャルドラマ～坂の上の雲』をPRする特番とプレマップ。12月には『第９回　ミニミニ映像大賞　グランプリ決定』と『NHKとっておきサンデー増刊号　あなたのアンコール2011』。また３月には，BSの新番組を紹介する『春のBS　渋谷で会いましょう』や，ニュースや番組でお馴染みの７人のアナウンサーやキャスターが案内役となって，新しいNHK経営計画の要旨を説明する公共放送理解促進スポットなどを制作・放送した。

２．広報印刷物や広告などによる取り組み

（１）経営広報関連

①「ことしの仕事2011」を作成，11年度放送番組の編成のほか各部局の事業計画を紹介。

視聴者会議やふれあいミーティングなど視聴者との対話活動などに活用された。また，英・中・ハングル版も作成し，海外からの視察団，国際会議などで配付した。

②小学校５年生の社会科単元「生活と情報」（マスコミの役割）の副読本として，放送の仕組みと公共放送の役割を解説した冊子「NHKジュニアブック」とビデオ「ニュース番組ができるまで」を作成。全国の希望する小学校に配付（ビデオは貸出）した。また，聴覚障害者向けに字幕版DVDも合わせて作成し，全国のろう学校等に配付した。このほかNHKオンラインの子ども向けサイト「デジタルミュージアム」にも掲載し，より幅広い活用を図った。

（２）番組広報関連

①『大河ドラマ』「江　姫たちの戦国」「平清盛」，『連続テレビ小説』「おひさま」「カーネーション」のポスター，リーフレット，PRビデオなどを作成・配布して，視聴者イベントや営業活動現場で活用された。

②若者世代との接触率向上を図るため20～30代向け番組情報冊子「ウォッチ」と，10代向けリーフレット「ワンダー」を隔月で発行，若者向け公開番組やイベント会場，ふれあいミーティング，営業活動などのほか，フリーペーパーとして飲食店

表１　広報番組一覧（2011年度）

	番組名	放送時間	内　容	備考
地上	NHKとっておきサンデー〔新設〕	総合　（日） 前10:05～11:54	これまでBS2で放送していた『あなたのアンコール』と経営広報番組『三つのたまご』を発展的に解消して，「見たい」番組・「知りたい」情報を日曜日の午前中，総合テレビで伝える。 再放送希望が多く寄せられた番組のアンコールや連続テレビ小説の１週間ダイジェスト，そしてNHKの経営情報や地域放送局の取り組みを紹介するなど，視聴者への「窓」としての役割を担う。	NSCに全面委託 *どーも，NHKです あなたの街のNHKのパートは 本体制作
	土曜スタジオパーク〔継続〕	総合　（土） 後 2:00～ 3:00 （生放送）	毎回，一つの番組を取り上げ，旬のゲストとともに見どころや舞台裏など，魅力をたっぷりと伝える。また，ゲストと視聴者の交流や特集企画もの，さらにはNHKの最新トピックスと盛りださんでお届けする。	本体制作 （35本）
	もうすぐ９時 プレマップ〔継続〕	総合　（月～木） 後 8:43～ 8:45	番組の見どころ，キャンペーンやイベント，経営・技術広報など，毎回１つのテーマで公共放送NHKの「今」を伝える広報番組。 高視聴率帯に上條倫子アナが明るくさわやかにプレゼンテーション。視聴者の理解を深め，接触率の向上を促進する。	NSCに全面委託 （160本）
	デジタルQ〔継続〕	総合　（日） 前 6:50～ 6:53	デジタルガイドの鈴木奈穂子アナウンサーが，デジタル放送に関する視聴者の疑問を解決し，魅力を紹介する番組。今年度は，毎月月替わりで魅力的なゲストが出演。EPGやデータ放送など，デジタル放送対応テレビの便利な機能やその賢い使い方を分かりやすく解説する。	NSCに全面委託 （４～７月・12本）
	週末プレマップ〔継続〕	総合　（土） 後 6:42～ 6:45 後 0:40～ 0:43（２，３月）	週末番組の見どころ，キャンペーンやイベント，経営・技術広報などを伝える広報番組。土曜の夕方，上條倫子アナが楽しくガイド。視聴者の理解を深め，接触率の向上を促進する。	NSCに全面委託 （40本）
	NHKプレマップ〔継続〕	総合 随時	経営広報的な視点を交えて，各種キャンペーンや特集編成などを紹介するミニ番組。（個別番組のPRは担当部局が制作する。）	NSCに全面委託 （10本）
	デジタルテレビライフがやってきた！〔継続〕	総合ほか毎月放送	デジタル化に関連するさまざまな現場を取材して，視聴者の皆さんの関心や疑問にこたえる，毎月随時放送の特番。デジタル化されると，街や暮らしがいったいどう変わるのか？われわれにどんなメリットがあるのか？デジタル放送を上手に暮らしに活かす人たちのリポートなどを通してお伝えする。	NSCに全面委託 （５，６，８月・３本）

	番組名	放送時間	内　容	備考
地上	デジタル放送推進スポット・クラッチ〔継続〕	全波 随時（５秒・30秒・１分他）	番組・事業・経営広報などNHKのさまざまな取り組みを視聴者に効果的に伝え，公共放送の理解促進を深める。	NSCに全面委託
	地上波スポット〔継続〕	総合・教育 随時（30秒・１分）	番組・事業・経営広報などNHKのさまざまな取り組みを視聴者に効果的に伝え，公共放送の理解促進を深める。	本体制作
	経営広報スポット〔継続〕	地上・衛星 随時（５秒・30秒・１分他）	受信料のお知らせや「環境」「地域応援」などNHKが取り組んでいる重要なキャンペーンをスポット展開し，視聴者のNHKに対する理解を促進する。	NSCに全面委託
	中央放送番組審議会〔継続〕	総合　原則開催当月最終日曜 前 6:51～ 6:53	各月の審議の概要を伝える。 （特集編成等で変更する場合あり）	本体制作
	地方放送番組審議会〔継続〕	総合　原則開催翌月第２土曜 前11:18～11:20	各月の審議の概要を伝える。 （特集編成等で変更する場合あり）	本体制作
	国際放送番組審議会〔継続〕	総合　原則開催当月最終日曜 前 5:45～ 5:47	各月の審議の概要を伝える。 （特集編成等で変更する場合あり）	本体制作
衛星	BS1 NEXTウィークリー〔新設〕	BS1 （土）夜 9:45 ㊫（土）夜11:45 ㊫（日）前 0:45	BS1で来週放送のスポーツ，ドキュメンタリー番組を男女のナビゲーターがスタジオでテンポよく紹介。 男性ナビゲーターには，ドイツ生まれのトライリンガル，DJや司会などで活躍中のサッシャ。女性は，女優，宮本真希，滝沢沙織が隔週で登場。	NSCに全面委託 （48本）
	BSプレミアム　黄金の扉〔新設〕	BSプレミアム （土）前 7:25 ㊫（土）前11:45 ㊫（日）前 8:45	プレミアムで来週放送するオススメ番組を１本特にクローズアップして新たな視点で切り取って見せていく広報情報番組。 ナビゲーターには，大杉漣，志賀廣太郎，鶴田真由，森高千里を起用。レコメンダー（推薦人）のインタビューもあり。	NSCに全面委託 （48本）
	BSプレマップ〔継続〕	BS２波・地上 随時（２分）	「最強ツートップ」BS1・BSプレミアムの見どころを，コンパクトに凝縮。迫力ある映像と多彩な構成でアピールする。	NSCに全面委託 （90本）
	BSスポット〔継続〕	BS２波・地上 随時（15秒・30秒・１分）	BS２波の特性を生かした番組の魅力を，コンパクトに広報。戦略的な編成で，番組への関心を呼び覚ます。	NSCに全面委託
	BSデジタルどーも〔継続〕	全波 随時（５秒・30秒他）	2011年BS完全デジタル化へ向け，どーもくんが変身してパワーアップ。放送やインターネットでデジタル推進やBS普及のために大活躍。	NSCに全面委託
その他	どーもくん（NHKメインキャラクター）〔継続〕	地上・衛星 随時（30秒・５分他）	NHK全体のキャラクターとして展開中。各種キャンペーンと連動した集中編成やクラッチの制作などを実施。	外プロ制作
	ななみちゃん（BSキャラクター）〔継続〕	衛星・地上 随時（30秒他）	衛星波のキャラクターとして定着。11年も「ご当地MAP」など新作が続々。	NSCに全面委託
	BS普及推進スポット〔継続〕	衛星・地上 随時（30秒・１分ほか）	「ワールドカップサッカー」や「大リーグキャンペーン」など衛星普及の節目に，スペシャルスポット・ミニ番組などを展開。	NSCに全面委託
	政見経歴放送〔継続〕	総合・ラジオ第１ 随時	衆院選・参院選・知事選の政見経歴放送のもようを伝える。	本体制作
音声	FM番組トピックス〔継続〕	FM波　毎日 前10:55	クラシックや邦楽など，高音質の番組を求めるリスナーに対して，適切で分かりやすい情報を提供する広報番組。	NSCに全面委託 （年間365本）

等への設置なども行い視聴者層の拡大を目指した。

（３）デジタル放送の普及・周知関連

完全デジタル化の年を迎え普及の遅れが懸念される首都圏を中心に年間を通してJR電車内の中吊り広告を実施。特に７月～８月にはこれまで週１回の掲載を，連日に切り替えるなど集中掲載を行い，番組PRとともにアナログの終了とデジタル放送への移行を呼びかけた。印刷物ではデジタル放送の受信方法を分かりやすくマンガで解説し

た冊子や，BS２波化周知チラシなどをデジサポや電器店などを通じて配布。また，デジタル化以降はBSの普及促進を重点にサッカーW杯の放送と合わせて視聴方法を周知するチラシなども作成。毎月発行している「BSガイド」も広報活動の基本ツールとして電器店や営業活動で活用された。11年度末には通常の倍増となる12頁の新番組特集号を639万部発行し，通常使用の他に営業局との連携により全国のBS未契約世帯へのダイレクトメール発送やCATV局から加入者に向けたダイレクトメールに同梱を行い，契約勧奨ツールとして活用した。

（４）その他のサービス

12年度番組改定の「 放送番組時刻表」を各拠点局別に作成。合わせて視覚障害者向けに「点字番組時刻表」「音声CD版 番組時刻表」も作成，全国の盲学校・点字図書館など社会福祉施設に配付した。また音声版時刻表はNHKオンラインからダウンロードできるサービスも実施。

そのほか，ハローダイヤルも活用したサービスにも取り組んだ。

３．インターネットによる広報

経営目標である協会への接触率80%達成に向け，ウェブを活用した未接触者獲得キャンペーン第３弾として，10年度に続きNHKオンライン内に 視聴誘導のためのキャンペーンサイト「春ナビ」を11年３月８日から５月９日まで開設。新たに携帯サイトも併設した。

サイトは17組21人の各番組出演者が自身の関心事や失敗談などを交えて番組をPRする告白動画や，チャンネル別・ジャンル別に新番組をスポット動画やテキストで紹介するページで構成。番組への興味・関心を喚起して個別の各番組ページへリンクし最終的に番組視聴へと誘導。また，新社会人・新入学生を対象とした「がんばれルーキー」サイトも取り込み，若者向け番組PRに合わせて受信料の家族割サービスなども紹介しNHKネットクラブやインターネット営業センターへもリンクさせて契約促進の側面支援を行った。外部から「春ナビ」への誘導にはツイッター，フェイスブックのほか投稿動画サイトなども活用。バナー広告は音楽・料理・ニュースなどターゲット層に関心の高いサイトを選定して実施。

アクセス数は前回の72万PVから400万PVへと大幅に伸びた。またターゲット層へのアンケート調査の結果でも前回と同様に動画活用の有効性が確かめられた。

さらに，接触を継続してもらうため夏期特集・後期番組改定・年末年始特集ごとにそれぞれ「夏ナビ」「秋ナビ」「冬ナビ」も開設した。

その他，年間を通じて開設している『大河ドラマ』『連続テレビ小説』の公式サイトはともに放送期間中のアクセスが月平均1,700万PVを記録するなど好評であった。番組スポット動画サイト「テレマップ　ムービー」は4,551本，「コレ見て！MOVIE」は142本を年間で掲載，PCと携帯の両方で展開。

経営広報では，デジタル放送の受信方法などを楽しく理解・周知する「NHKデジタル」サイトで各地域の普及状況や周知スポットなどを随時更新して最新の情報を伝えた。また，BSデジタルの受信勧奨に向け，このサイト内に「デジタルどーも君」「もったいないオバケ」「パラボ刑事」という３つのキャラクターによるキャンペーンサイトを追加開設。それぞれにゲームや動画などを用いてデジタル化周知，パラボラ設置，ネット接続，BS契約などを呼びかけた。経営情報では，東日本大震災への取り組み状況をポータル化してNHKオンライントップにテキストバナーで11年３月15日に新規開設。震災情報の提供が必要とされる時期に迅速に対応。３～４月には７万PVがありその後も年間継続した。

表２　特集番組一覧（2011年度）

放送日	メディア	タイトル
４月１日	BS1・BS2・BShi	BS1・BS2・BShi放送終了のお知らせ（午前０時放送）
４月１日	BS1・BSP	BS1・BSP開始映像（午前６時放送）
４月９日	G	土曜スタジオパーク　連続テレビ小説「おひさま」（松本市から生放送）
４月～随時	全波	BSプレミアムイメージスポット　仲間由紀恵編・児玉清編
５月15日	G	デジタルテレビライフがやってきた！「デジタルで学ぼう！」
５月27日	G・R1	NHK決算審議～参議院総務委員会
６月11日	G	土曜スタジオパーク　大河ドラマ「江」スペシャル（BKから生放送）
６月18日	G	デジタルテレビライフがやってきた！「インターネットでテレビをもっと楽しく！」
６月～随時	全波	NHK環境（AC共同）キャンペーン「やさしい森」
６月～随時	G	ナデシコパ（FIFA女子ワールドカップドイツ2011・コパアメリカ2011）スポット・クラッチ
７月15日	G・R1	NHK決算審議～衆議院総務委員会
７月24日	G	アナログ放送終了スポット（どーもくんさようなら）及び終了告知
７月31日	G	デジタル☆宝さがし
８月10日	G	デジタルテレビライフがやってきた！（最終回）「みんなで作るテレビ」

放送日	メディア	タイトル
8月28日	G	土曜スタジオパーク　大河ドラマ「江」スペシャル（CKから生放送）
8月31日	G	全部見せます！ミニミニ映像50本
9月～随時	G	「世界を青く！」イメージスポット・クラッチ（サッカー男子・女子ロンドン五輪予選）
10月8日	G	土曜スタジオパーク　スタジオパーク・リニューアルスペシャル
10月10日	G	新装オープン　スタジオパーク　これがデジタル時代のテーマパークだ！
10月～随時	全波	BS普及プレマップ・スポット（本仮屋ユイカ）
10月～随時	全波	「きらり！東北の秋」合唱イメージスポット
10月～随時	G・E	Eテレ　秋の新番組
10月25日	G・R1	豊かで安心，たしかな未来へ　NHK次期経営計画　決まる
10月30日	G	豊かで安心，たしかな未来へ　平成24～26年度　NHK経営計画
11月～随時	全波	坂の上の雲　第３部PR　「男たち編」・「女たち編」・「メイキング編」（10分・２分・クラッチ）
11月～随時	G・E	ネットにつなごう！「NHKフィギュア編」・「Eテレアニメ編」
11月～随時	全波	歳末・海外たすけあい　特集スポット
12月１日	G	きょうから歳末・海外たすけあい
12月～随時	G	ネットにつなごう！「あさイチ編」・「紅白歌合戦編」・「双方向番組編」
12月～随時	E・BS1	マルチ編成のお知らせ「BS1版」・「Eテレ版」
12月11日	G	第９回　ミニミニ映像大賞グランプリ発表
12月23日	G	NHKとっておきサンデー増刊号　あなたのアンコール2011
12月24日	G	Eテレ　元日特集１分PR（31日まで）
12月25日	G	歳末・海外たすけあいを終えて
12月～随時	全波	「BS契約を忘れないで」スポット
12月～随時	全波	「ほっこり　東北の冬」合唱イメージスポット
12月～随時	G	2011年度　年末年始番組特集スポット
12月28日	G	もうすぐお正月！年始ナビ（１月３日まで）
12月31日	G	特集　スタジオパーク　「大みそかスペシャル」
１月～随時	仙台・盛岡・福島	東北３県向け　アナログ終了スポット「チーム地デジ化」
１月～随時	G	震災関連スポット　「神戸からあなたへ」
２月～随時	全波	公共放送理解促進スポット「NHKは，もっとあなたと」（花傘編・そば屋編）
２月～随時	全波	住所変更自主申し出推進スポット・クラッチ「ネットで簡単！」
３月22・23日	G・R1	平成24年度予算審議～衆議院総務委員会～
３月25日	BSP・BS1	春のBS　渋谷で会いましょう（BS1は48分）
３月30日	G・R1	平成24年度予算審議～参議院総務委員会～
３月30日	G	春のBS　渋谷で会いましょう
３月～随時	BS1	BSプレミアム　ミニドラマ（キッズ編・美力UP編・ドラマ編・時代劇編）
３月～随時	全波	「ひらり　東北の春」合唱イメージスポット
３月～随時	全波	経営計画関連スポット（810関連）

営　業

営業の組織

（１）営業拠点

受信契約の徹底と受信料の確実な収納を図るため，各地域放送局内の営業部のほかに，大都市圏地域には18の営業センターを置いている。全国合わせて75の営業部と営業センターを営業活動の拠点としている。各営業拠点では，地域別や業務内容別（地域スタッフ対応，事業所対応，お客様対応など）に業務実施グループを編成し，営業活動を実施している。

（２）営業活動単位

①営業職員

地域スタッフの指導や支援活動，ケーブルテレビ・事業所などとの渉外業務や，視聴者からの問い合わせ対応，地域状況の分析を行う。

また，受信契約の契約・収納業務を行う。

②地域スタッフ

委託契約に基づき，受信料の契約・収納業務を行う。

③法人委託

委託契約に基づき，受信料の契約・収納業務を行う。電器店や不動産会社等，契約業務のみを行う場合もある。

Ⅰ．受信契約

１．受信契約者の維持・増加活動

単身世帯等の面接困難世帯の増加等や経済状況の低迷等の影響により，営業活動を取り巻く環境はますます厳しさを増している。

こうした中で，訪問集金廃止後の新たな契約・収納体制の定着を図り，契約取次業務や未収対策等に一層重点的に取り組むとともに、携帯端末に登録した情報に基づいた活動や，面接好適時間帯での対策などに積極的に取り組んだ。

さらに，衛星放送の普及促進に不可欠なケーブルテレビ事業者や電器店等と連携した活動やCASメッセージ機能などを活用した契約取次活動を展開した。

そのほか，「受信料の窓口」（インターネット営業センター）や「NHKフリーダイヤル」による受信契約の受付，ダイレクトメールによる衛星契約勧奨，BSデジタル機器に同梱される「ファー

ストステップガイド」への衛星契約書の封入を行った。

また，オートロックマンション対策として，不動産業者との業務委託を進め，新規契約の開発や住所変更の早期取り次ぎに努めた。

04年７月の職員の不祥事以降，受信料の支払拒否・保留者が大幅に増えたが，05年度の第５期からは減少に転じた。11年度の契約総数（有料）は，年間で35万4,000件の増加となり，年度末における契約総数は4,027万件（有料無料計）となった。

２．事業所などの受信契約

家庭に設置されたテレビなど受信機の受信契約は，受信機の台数にかかわらず１世帯１契約としているが，会社・官公庁・ホテル・旅館・病院などいわゆる事業所の場合は，テレビの設置場所ごとに受信契約が必要となっている（放送受信規約第２条）。

11年度は，10年度に引き続き，同一敷地内全数契約を条件とした事業所割引や業界団体への業務委託を活用するなど，公平負担の徹底に向けたきめ細かい活動を全国的に展開した。

その結果，年間で６万5,000件の受信契約件数の増加となり，年度末の事業所契約件数は250万1,000件となった。

３．営業システム（EGGS）

受信料の請求，収納など営業活動の支援は，「EGGSシステム」を活用して行っている。

東日本大震災に伴う災害免除の処理や被災者への通知DM等についてきめ細かく対応した。アナログ放送終了に伴う放送受信契約終了の申し出に対しては，受付体制の強化とIVRによる受付窓口の振り分けにより，短期間の集中的な申し出を効率的かつ的確に対応した。また，経費の節減を図るため，年間振替予定通知の廃止に向けて個々のお客様に対する意向確認を実施した。さらに効果的，効率的な営業活動の展開を目指して，最新技術を導入した新携帯端末の開発に着手した。

インターネットによる自主申出の拡大に向けては，スマートフォン専用サイトの運用を開始し，視聴者のニーズにあわせた利便性の向上を図っている。

Ⅱ．受信料の収納

１．口座振替など間接収納の促進

受信料の収納は，口座振替・クレジットカード継続払・継続振込によって行っている。

近年，単身世帯や共働き世帯の増加，オートロックマンションの普及などにより面接困難世帯の割合が高くなり，営業活動の困難度も増している。

こうした中で，収納の安定化や効率的業務推進のため，これまで口座振替の拡大を進めてきたが，06年６月からは「クレジットカード継続払」の支払いを開始し，11年度末の利用件数は330万2,000件となった。

振込用紙発送時や新規の受信契約を取り次ぐときに，口座振替・クレジットカード継続払の利用勧奨を積極的に行っているほか，ダイレクトメールによる勧奨も実施している。

11年度末の口座振替・クレジットカード継続払による受信料支払い件数は2,949万件で，これらの利用割合は78.3％となった。

２．受信料の収納体制

①口座振替は，都市銀行，地方銀行，第二地方銀行，信用金庫，信用組合，労働金庫，農協，漁協，ゆうちょ銀行が利用可能となっている。
②クレジットカード継続払は，11年度末時点で20ブランドのカードが利用可能となっている。
③継続振込の取り扱い窓口は，都市銀行，地方銀行，第二地方銀行，信用金庫，農協，コンビニエンス･ストア，ゆうちょ銀行または郵便局である。

このほか，ケーブルテレビ事業者による受信料「団体一括支払」制度により，収納の効率的な推進に努めた。

３．メッセージ機能の活用強化

BSデジタル放送の設置確認を効果的に行い，受信料の公平負担を徹底するため，BSデジタル放送のテレビ画面に，BS受信機の設置についてNHKへの連絡を促す設置確認メッセージを表示している。

BSデジタル放送の視聴開始30日後から，NHKのBSデジタル放送にチャンネルを合わせるたびに，テレビ画面の左下隅に設置確認メッセージが表示される。

画面に表示されたいずれかの方法で，B-CAS（ビーキャス）カード番号，名前や住所などを連絡すると，設置確認メッセージ表示の消去を受け付ける。NHKでは，この情報を基に，契約状況を確認し，衛星契約が済んでいない方には，後ほど契約の依頼を行っている。さらに，受信機設置の連絡後，一定期間を経てもなお衛星契約の届け

がない場合に契約案内メッセージを表示する運用を10年12月から開始している。

> NHKではBS設置のご連絡をお願いしています。既に衛星契約をいただいている方にもお手数をお掛けしますがご連絡をお願いします。ご連絡はNHKホームページ･携帯サイト･電話等でお願いします。リモコンの青ボタンを２秒以上押し続けると詳しいご案内を表示します。
> 電話の場合は0120－933－933

また，BSデジタル受信機に梱包されている「BS デジタル機器設置連絡票」を，受信機購入後速やかに投かんしてもらえば，あらかじめ設置確認メッセージが表示されないようにすることもできる。

※B－CASカード

BSデジタル受信機には，ICチップのついたB-CASカードが必ず添付されている。

著作権を保護するコピー制御の仕組みがあるため，デジタル放送を視聴するためには，このカードを受信機の所定の場所に差し込む必要がある。このカードの機能により，メッセージの表示のほかに，WOWOWなどのスクランブル放送や，高度な双方向サービスといったBSデジタル放送の魅力的なサービスを，十分に楽しむことができるようになっている。

Ⅲ．視聴者との回路作り

１．視聴者との結び付き強化

（１）受信料の支払率向上に向けた視聴者対応

公開番組や各種イベント開催時など，視聴者と直接ふれあう場において受信料の支払率向上に向け，公共放送・受信料制度への理解促進と的確な視聴者対応を行うことができるよう，リーフレット等の充実に努めた。

①理解促進ツールの拡充

公共放送・受信料制度に対する理解促進については，リーフレット以外にもインターネットホームページを積極的に活用し，支持層の拡大を図った。また，公開番組の収録時において，開演前のあいさつを兼ねた受信料制度の説明や大画面での理解促進ビデオ上映などを行った。

②地域スタッフへの情報提供と研修

地域スタッフが視聴者を訪問する際に，ニーズに応じた番組の案内ができるように，毎週の番組情報を定期的に提供するとともに，新番組の上映会や番組制作担当者による番組説明会を開催した。さらに，視聴者との対応スキル向上，視聴者の立場に立った営業活動のあり方，番組情報などを内容とする研修ビデオを制作した。

（２）放送番組などを活用した視聴者対応

全国各地の放送局において，放送番組やイベントを通じて視聴者と積極的な交流を図り，デジタル放送の普及，公共放送の理解促進に努めた。

①公開番組・イベントと連動した営業活動

各地の視聴者との交流を図るため，公開番組や各種イベントと連動した営業活動を実施する「エリアターゲット」を全国で展開したほか，地域向け放送などを通じ，地域放送局が主体となって幅広い理解促進活動を実施した。

②デジタル放送の普及促進活動の展開

地上・BSデジタル放送に関する情報を番組やホームページで周知するほか，「デジタル体感ランド」などのイベントを通じて地上・BSデジタル放送の一体的な普及促進を図った。

２．視聴者の意向吸収と業務への反映

（１）視聴者意向の吸収

職員や地域スタッフ，委託法人などによる訪問活動や電話対応など日常の営業活動の中で，視聴者意向の吸収に努めた。

（２）視聴者意向の業務への反映

番組に対する視聴者の反響や意見については，番組改定時における番組制作や編成業務の参考資料として活用している。

３．NHKふれあいセンター（受信料関係）

東京・大阪・福岡・仙台の４つのふれあいセンター（営業）で，視聴者からの電話による「放送受信契約の申し出」「受信料関係の問い合わせ」の受付業務を実施した。毎年多くの転居連絡を受ける４月やアナログ放送が終了した７月には，特に手厚い対応体制を整えるなど，視聴者からの申し出・問い合わせに対して迅速・正確・親切な対応を行うように努めた。一方で，口座振替の利用勧奨や継続振込等の入金依頼など，受信契約者へのアウトバウンド業務も積極的に展開した。

また，東京のふれあいセンター（営業）では，インターネットによる受信契約や住所変更，受信料の支払方法変更などの申し出に対応する「インターネット営業センター」業務，BSデジタル放送の「メッセージ消去」に関するカスタマーセンター業務を行った。